



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra regionálního managementu a práva

Diplomová práce

Rizika mezinárodních obchodních transakcí

Vypracoval: Bc. Roman Mazanec
Vedoucí práce: Ing. Krásnická Martina Ph.D., LL.M..

České Budějovice 2022

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Bc. Roman MAZANEC
Osobní číslo: E19284
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku
Téma práce: Rizika mezinárodních obchodních transakcí
Zadávající katedra: Katedra regionálního managementu a práva

Zásady pro vypracování

Cíl:

Mezi rizika mezinárodních obchodních transakcí lze nově zařadit i rizika související s elektronizací obchodu, který je v globalizujícím prostředí jedním z důležitých způsobů obchodování. Cílem práce je popsat a vysvětlit průběh elektronického obchodování a rizika s ním spojených.

Rámcový postup zpracování:

1. Historie a terminologie elektronického způsobu obchodování.
2. Klasifikace způsobů elektronického obchodování a rizik s ním spojených.
3. Elektronické obchodování z pohledu vzniklých rizik a omezení.

Zdrojem dat budou elektronické platformy a data Českého statistického úřadu (ČSÚ).

Rozsah pracovní zprávy: 50 – 60 stran
Rozsah grafických prací: dle potřeby
Forma zpracování diplomové práce: tištěná

Seznam doporučené literatury:

1. Yao-Hua Tan & Walter Thoen (2003). Electronic Contract Drafting Based on Risk and Trust Assessment, International Journal of Electronic Commerce, 7:4, 55-71, DOI: 10.1080/10864415.2003.11044281
2. Richard GRANT (2019). E-waste challenges in Cape Town Opportunity for the green economy?, Urbani Izziv 30:1, 5-23, DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2019-30-supplement-001
3. MACHKOVÁ, H., E. ČERNOHLÁVKOVÁ a A. SATO (2014). Mezinárodní obchodní operace. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4874-0.
4. SUCHÁNEK, P. (2012). E-commerce: elektronické podnikání a koncepce elektronického obchodování. Praha: Ekopress. ISBN 978-80-86929-84-2.

S. JANSÁ, L. P. OTEVŘEL, J. ČERMÁK, P. MALÍŠ, P. HOSTAŠ, M. MATĚJKA a J. MATEJKA (2016). Internetové právo. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-4664-4.

Z důvodu sloučení Katedry práva s Katedrou regionálního managementu přechází práce pod Katedru regionálního managementu a práva.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Martina Krásnická, Ph.D., LL.M.**
Katedra regionálního managementu a práva

Datum zadání diplomové práce: **22. února 2021**
Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2021**


doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Pámová
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (23)
370 05 České Budějovice


doc. PhDr. Miloslav Lapka, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 22. února 2021

Prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci jsem vypracoval samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 01. 08. 2022

.....
Bc. Roman Mazanec

Poděkování

Děkuji své vedoucí práce Ing. Krásnické Martině Ph.D., LL.M. za podnětné rady, ochotu a vedení při psaní mé diplomové práce. Dále děkuji za spolupráci a vstřícnost zkoumané firmě a jejím zaměstnancům. Z celého srdce děkuji mamince Ing. Haničce Mazancové, která mi ze všech sil byla pevnou oporou během celého studia. Velice děkuji mé sestře, babičce a přítelkyni Hvězdičce za veškerou podporu, kterou mi během studia poskytly.

Obsah

Obsah	10
Úvod	14
1 Historie a terminologie elektronického způsobu obchodování	15
1.1 E-komerce	15
1.2 Historie	15
1.3 WWW	18
1.4 EDI	18
1.5 IS/ICT	18
1.6 ICT	19
1.7 IP adresa	19
1.8 Internetový vyhledávač	19
1.9 Internetový katalog	20
1.10 Internetové stránky	20
1.11 Zdrojový kód webových stránek	20
1.12 Webhosting	20
1.13 Webdesign	20
1.14 Internetová doména	21
1.15 Caching	21
1.16 Cookies	21
2 ECM – Enterprise Content Management	22
2.1 Historie ECM	22
2.2 Životní cyklus	23
2.3 Komponenty správy podnikového obsahu	23
2.4 Imaging (digitalizace dokumentů)	23
2.5 Data Capture (vytěžování dat)	24
2.6 Document Management System (Systém pro správu dokumentů)	25
2.7 Records Management (Správa záznamů)	25
2.8 E-mail Management (Správa elektronické pošty)	26
2.9 Archiving (Archivace)	26
2.10 Workflow (Automatizace procesů)	27
2.10.1 Groupware (Týmová spolupráce)	28
2.10.2 Web Content Management (Správa webového obsahu)	28
2.10.3 Knowledge Management (Správa znalostí)	28
2.10.4 Digital Asset Management (Správa multimediálního obsahu)	29

3	Klasifikace způsobů elektronického obchodování a rizik s ním spojených.....	30
3.1	E-tržišťě	30
3.2	E-shop.....	31
3.3	Poplatky.....	31
3.4	Model předplatného.....	31
3.5	Diferencovaný produkt.....	31
3.6	Příjmy z reklamy	31
3.6.1	Kombinace reklamy a předplatného.....	32
4	Elektronické obchodování z pohledu vzniklých rizik a omezení.....	33
5	Uzavírání smluv	34
5.1	Smlouvy	34
5.2	Sjednávání smluv.....	34
5.3	Platební styk v e-businessu.....	35
5.4	E-marketing	36
5.5	Výhody/nevýhody využití internetu	36
5.6	Zdroj informací.....	36
5.7	Autorská práva	36
5.8	Cenová politika.....	37
5.9	Distribuční politika.....	37
5.10	Internetová reklama	37
5.11	Podpora prodeje.....	38
5.12	Sociální sítě	38
6	Rizika v mezinárodním obchodě.....	39
6.1	Podnikatelské riziko	40
6.2	Tržní rizika	40
6.3	Rizika komerční	40
6.4	Riziko přepravní	41
6.5	Autorské riziko.....	41
6.6	Riziko elektronické komunikace	41
6.7	Rizika spojená s poruchou elektronického systému firmy	42
6.8	Rizika teritoriální.....	42
6.9	Měnové riziko.....	43
6.10	Finanční riziko.....	44
6.11	Riziko odpovědnosti za produkt	44
7	Metodika	45

8	Anonymizace.....	47
9	Zkoumaná firma.....	48
9.1	Rizika pocířovaná top manažery	49
9.2	Riziko spojené s uveřejněním vnitropodnikových informací.....	50
9.3	Zavedené systémy a postupy pro snížení rizika.....	50
9.3.1	Risk management.....	50
9.3.2	Tržní rizika.....	51
9.3.3	Riziko komerční.....	51
9.3.4	Riziko informační	51
9.3.5	Riziko přepravní	52
9.3.6	Riziko teritoriální.....	52
9.3.7	Měnové riziko	54
9.3.8	Finanční rizika	54
9.3.9	Riziko odpovědnosti za produkt.....	55
9.3.10	Podnikatelské riziko.....	55
9.3.11	Obchodní riziko	56
9.4	Rizika k řešení spojená s elektronizací	56
9.4.1	Riziko nezákonné duplikace materiálů na firemním webu.....	56
9.4.2	Nekalé praktiky třetích stran při telekomunikaci	57
9.4.3	Rizika spojená s uzavíráním smluv na dálku	58
9.4.4	Riziko zcizení vnitro podnikových dat.....	59
9.4.5	Riziko poruchy systému a ztráty dat	60
9.5	Webová stránka firmy	62
9.6	Podnikové procesy přípravy dokumentace pro přepravu	64
9.7	Komparace s dotazníky ostatních firem.....	66
9.8	Elektronické obchodování	68
	Závěr.....	69
	Summary a keywords.....	72
	Seznam literatury	75
	Seznam obrázků a tabulek s uvedením názvů	82
	Seznam příloh.....	83
	Přílohy	84

Úvod

Touha člověka překonávat hranice poznání provází lidstvo od počátku jeho dějin. Jeskynní lidé vylepšovali své pracovní nástroje s cílem vlastní obživy, ale jak ukazují prvotní malby i s cílem vlastního uvědomění a rozvoje intelektu. V historii lidstva následuje celá řada vynálezů – kolo, parní stroj, elektřina... Vynález elektřiny pak zásadním způsobem ovlivnil i dnešní IT technologie, počítače, mobilní telefony a samozřejmě internet, jako základní předpoklady existence e-podnikání a e-obchodování či e-komerce.

Intenzivnímu rozvoji IT technologií vděčíme v současné době pandemie za internet, elektronické bankovníctví a e-podnikání v nejširším slova smyslu. E-podnikání drží ekonomické prostředí v době zákazu volného pohybu a shromažďování lidí, uzavírání restaurací, obchodů, státních hranic pro široký okruh jak právnických, tak fyzických osob i na mezinárodní úrovni v činnosti. Zavedené internetové obchody a služby zaznamenávají astronomické nárůsty obratu, stejně tak jako logistické služby napojené na internetové obchody.

V souvislosti s e-podnikáním je kladen důraz i na etické kodexy poskytovatelů těchto služeb a reference příjemců – služeb, které jsou většinou založené na pouhé zkušenosti bez jakýchkoli osobních kontaktů, bez prověřování referencí a informací o poskytovateli. Příjemce se tak vystavuje značnému riziku.

Vývojová stádia e-podnikání, v návaznosti na rozvoj IT technologií a internetu, ukazují na stále sílící vliv IT na všechny oblasti činností nejen v podnikatelské sféře ale i ve sféře osobní. Tím sílí snahy spojené s ochranou soukromí a ochranou osobních dat.

Internet jako celosvětová síť počítačových připojení globalizuje vzájemné interakce jeho uživatelů bez ohledu na prostor, čas, jazykové znalosti. Svou intuitivní komunikací však vede i k nezdravým návykům a pohodlnosti.

1 Historie a terminologie elektronického způsobu obchodování

1.1 E-komerce

Podstatou e-obchodování je vzájemná interakce poskytovatele a příjemce obchodu, střetávání nabídky a poptávky na svobodném trhu. Základním kamenem pro fungování e-komerce bylo vytvoření stabilní komunikační sítě dostupné maximálnímu možnému počtu uživatelů. Elektronizace začíná vévodit na poli zviditelnění firem. Internet to umožňuje za pomoci komunikace mezi programy (Cimler, 2007; Lalík, 2013; Suchánek, 2012).

1.2 Historie

Z hlediska vývoje internetu kolují částečné nejasnosti, které jsou tvořeny především začátkem vývoje ve vojenských kruzích nepřístupných široké veřejnosti (Bednář, 2011).

Nultá etapa e-komerce je spojena převážně se vznikem technologií pro e-podnikání. Prvopočátky elektronizace obchodů jsou spojeny se vznikem samotného internetu. První snahy o vytvoření internetové sítě začaly už v roce 1946. V roce 1958 byla vytvořena agentura ARPA. ARPA měla za úkol řešení projektů s krátkou dobou působení, hlavně pak po vypuštění Sputnika v SSSR, měla získat technologický pokrok pro USA. Studená válka pro USA znamenalo velkou touhu stát se technologickou velmocí. Internet jako takový vznikl již v roce 1962 až 1969. Dne 29. 9. 1969 vznikla první síť ARPANET, která měla na počátku 4 uzly sítě. Vytvořená síť ARPANET se postupně rozšiřovala o mimovojenské subjekty, až vznikly dnes již nejznámější a nejpoužívanější stránky www neboli celosvětová síť (World Wide Web) zkráceně web. Na webu (www) probíhá největší množství obchodních transakcí. Z globálního pohledu se čas přechodu na e-podnikání značně mění v rámci jednotlivých regionů (Bednář, 2011; Husovec, c2014; Jansa, 2016; Lalík, 2013; Schafer, 2009).

Historický vývoj elektronického způsobu obchodování má počátky v relativně malém odstupu od vzniku internetu, kdy v roce 1970 začalo elektronické obchodování svou průkopnickou kariéru prvními převody finančních prostředků. Následný vývoj e-

commerce neboli elektronického obchodování probíhal převážně pomocí faxů. Nárůst e-podnikání začíná být znát převážně v letech 1990-1994, kdy začaly vznikat firmy jako Amazon či eBay. V roce 1994 vznikla i první internetová banka (Bednář, 2011; Cimler, 2007; LaCamera, 2020; Suchánek, 2012).

Za první etapu e-podnikání se dá považovat období od roku 1995 až do roku 2000. E-podnikání již začínalo být více v povědomí široké veřejnosti a započala etapa obchodování na internetu. Firmy, ve snaze věnovat se této nové formě podnikání, často zapomínaly na ostatní podmínky nutné pro úspěšné podnikání. Trend nutnosti obchodovat na internetu (hledání zlata) skončil roku 2000, kdy velké množství technologických firem začalo mít značné finanční problémy a často skončily v likvidaci (Machková, 2014; Bednář, 2011).

Druhou etapu e-podnikání je možné datovat od roku 2001 do roku 2012. Ta začala po vzpamatování finančního trhu. Technologická vybavenost už začíná být běžně dostupná, stejně tak se i podnikatelské subjekty poučily a začínají vznikat stabilnější společnosti. Se stoupajícím využíváním prostředků e-podnikání se firmy musí trendu přizpůsobovat, aby dokázaly držet krok s konkurencí (Bednář, 2011; Machková, 2014).

Třetí etapa e-podnikání začíná v roce 2013 a její průběh můžeme stále pozorovat, i když mění se situace ve světě očekává čtvrtou etapu. V roce 2013 se začínají ve velkém prodávat chytré telefony, které umožňují spotřebitelům okamžité využití elektronických služeb podniků. Podniky téměř ve 100 % využívá internet pro svou činnost, a to bez ohledu na obor podnikání. Nové metody placení umožňují spotřebitelům okamžité zaplacení za zboží a služby (Bednář, 2011; Machková, 2014).

1.1. Subjekty v rámci elektronického obchodu

V rámci e-bussinesu dochází ke komunikaci různých subjektů, mezi které patří nejenom podniky a fyzické osoby, ale i státní orgány. V procesu interakce nastávají různé postupy podle požadavků jednotlivých subjektů. Nejčastější komunikace v rámci e-podnikání jsou vztahy B2B, B2C, B2G či G2B a velkou část také tvoří vztah C2C, který je rozšířen převážně v USA (Machková, 2014; Suchánek, 2012).

B2B je zkratka pro komunikaci mezi obchodníkem a druhým obchodníkem. Obchodník, ve smyslu podnik, zde představuje elektronickou komunikaci za účelem výměny potřebných dat pro uskutečnění společných kontraktů mezi podniky. Často se

jedná o prodej zboží či služeb, které jsou v konečném výsledku určeny třetí straně. Za subjekty vztahu B2B můžeme považovat výrobce zboží a distributora či distributora a logistické firmy (Cimler, 2007; Machková, 2014; Suchánek, 2012).

B2C je zkratka pro komunikaci mezi podnikem (obchodníkem) a zákazníkem (spotřebitelem). Podnik zde často formou webu nabízí zboží, které si následně zákazník může koupit. Elektronická nabídka může mít podobu od webové stránky, kde si zboží či službu může spotřebitel jenom prohlédnout, až po web s komplexními službami, jako je doprava či větší možnost platebních metod. Příkladem těchto obchodníků jsou například e-shopy Amazon, Aliexpress, Alza (Cimler, 2007; Machková, 2014; Suchánek, 2012).

B2G je zkratka pro komunikaci mezi obchodníkem a státem. Komunikace podniku probíhá s vládními institucemi a orgány státní samosprávy, které představují například celní správa, finanční úřad či policie. Ve své podstatě je k této komunikaci podnik státem vázán. Příkladem může být nutnost podání DPH (daň z přidané hodnoty) pomocí datové schránky subjektu povinného k dani (Daňové zákony a účetnictví, 2020; Machková, 2014; Suchánek, 2012).

B2A je vztah mezi podnikem a veřejnou institucí. Vztah B2A lze považovat za podskupinu vztahu B2G. Podnik tak využívá elektronické komunikace ke komunikaci s veřejnými institucemi, kterou tvoří nižší úroveň státní samosprávy (Machková, 2014; Suchánek, 2012).

C2C je vztah mezi spotřebitelem a spotřebitelem. Jedná se často o nějakou službu s možností inzerce nebo přímo specializovanou platformou umožňující spotřebitelům nabízet a prodávat nejčastěji zboží, stejně jako koupit zboží nebo služby od jiných spotřebitelů. Mimo klasické způsoby prodeje s již pevně stanovenou cenou se zde nabízejí možnosti pohybu cen, a to jak smluvními dohodami, tak například i formou aukcí. Vztah C2C není přímo e-business model, prostor pro možnost nabídky a poptávky poskytuje třetí strana, která jej zprostředkovává. Čistší formou je vztah P2P (osoba x osoba), který je využíván bez prostředníka (Machková, 2014; Suchánek, 2012).

1.2. Terminologie

Elektronické podnikání neboli e-commerce (e-business) v sobě zahrnuje e-obchodování a rozšiřuje jej o mezipodnikovou integraci v rámci elektronických procesů výměny informací. Reaguje na neustále rostoucí technologický pokrok v rámci

globalizace a rychlosti vnitropodnikových procesů (LaCamera, 2020; Laudon & Traver, 2021; Machková, 2014; Suchánek, 2012).

1.3 WWW

WWW neboli rozsáhlá světová síť (World Wide Web) představuje ve zkratce web, jedná se o systém webového rozhraní zobrazovaný ve webovém prohlížeči. Jedná se o nejčastější a nejpoužívanější rozhraní. Z pohledu do budoucna se bude jednat o bezpochyby nejznámější internetové rozhraní (Jansa, 2016; Lalík, 2013; Schafer, 2009; Speijer, 2020; Wessels, 2001).

1.4 EDI

EDI je zkratka pro elektronickou výměnu dat. Základem každého elektronického obchodování je řešení elektronických dokumentů. Elektronické dokumenty urychlují nezbytnost rychlého zpracování a zkracování časových prodlev v doručování podkladových informací pro další jednání. Automatizace a elektronizace je pro podnik důležitým krokem pro snížení nákladů spojených se mzdami zaměstnanců. Hlavním důvodem velkého růstu elektronizace ve všech podnicích jsou aspekty spojené z konkurence schopností a z důvodu elektronizace celých odvětví, kde podniky musejí efektivně komunikovat v rámci vnějšího okolí podniku. Hlavním aspektem je bezpečnost a transparentnost zelektronizovaných dat. Dalším důležitým parametrem je prokazatelnost, za tímto účelem se využívají certifikáty či IP adresy zařízení. Informační systémy nemusí být vždy v elektronické formě. Mnoho podniků stále nemá dokonalé elektronické programy, proto raději spoléhá na papírovou formu. Informační systémy v elektronické formě představují více či méně propojený systém programů. Příkladem informačního systému je SAP (Cimler, 2007; Kunstová, 2010; Machková, 2014).

1.5 IS/ICT

IS představují informační systém, který v sobě zahrnuje správu informačních toků. IS v sobě zahrnuje systém ICT. Základem každého e-podnikání je řešení IS, které ovlivňuje celou činnost podniku, příkladem je potřeba vedení a evidence dokumentů, směrnic atd. V dnešní době jsou firmy bez využití elektronizace zatíženy množstvím negativ, které elektronizace zmírňuje. Zmírněním může být například snížení časových požadavků na zaměstnance, omezení chybovosti při administraci, jednodušší přístup k informacím a rychlejší platby. Firma tak získává značné finanční odlehčení od nákladů.

Podniky proto využívají e-dokumenty a snaží se je zabezpečit. Zabezpečení představuje nejen archivace, ale i legislativa v rámci dodržení právních nařízení dané země a ochrana před útoky hackerů (Cimler, 2007; Schafer, 2009; Smejkal & Rais, 2013; Suchánek, 2012).

1.6 ICT

ICT neboli informační a telekomunikační technologie, představuje veškerá technologická zařízení, jako jsou například telefony, počítače a tablety. Přičemž efektivnost stoupá s množstvím součástí v zařízení (Benfeld E., 2020; Machková, 2014).

1.7 IP adresa

IP adresa představuje unikátní číslo počítače. Při konstruování jde o podstatnou podmínku. Pro příklad verze 4 (IPv4) měla okolo 4 miliard adres IP. Dnešní verze IPv6 má již okolo 66 trilionů na centimetr povrchu Země. Poukazuje to na důležitost identifikace na internetu (Jansa, 2016; Suchánek, 2012).

1.8 Internetový vyhledávač

Internetový vyhledávač a slovo Google je v dnešní době již téměř synonymem. Google pro vyhledávání využívá indexace stránek, z kterých pak vybere požadovaná kritéria. Počátek internetových vyhledávačů zaujímá program Archie, který v roce 1990 pracoval na ručním vyhledávání z FTP serverů. Počátky indexace stránek a logaritmu pro vyhledávání požadovaného obsahu fungovaly v případě JumpStation (1993) na nadpisech jednotlivých stránek. Díky nim bylo možné vyhledat nadpisy stránek. Vývoj webových vyhledávačů v roce 1994 zaznamenal velký průlom, když vznikly první vyhledávače celých stránek s názvem WebCrawler a Lycos. Velké nadšení pro elektronizaci vedlo k velkému množství nárůstu internetových vyhledávačů. V roce 1998 vnikl také Google, jako projekt dvou Stanfordských studentů. Následovalo období, kdy docházelo ke skupování vyhledávačů vyhledávači často z důvodu technologického pokroku menších vyhledávačů. Příkladem využívání vyhledávačů je například Yahoo z roku 2004, který využíval engine Google (Jansa, 2016; LaCamera, 2020; Lalík, 2013; Laudon & Traver, 2021; Suchánek, 2012; Wessels, 2001).

1.9 Internetový katalog

Internetový katalog je služba pro nalezení požadovaných odkazů. Pracuje na vyhledávání s pomocí roztřídění odkazů, které jsou do jisté míry ručně připravovány. Jedná se o seznam slov, které se objeví dle stromu charakteristiky vyhledávání. Příkladem může být Seznam.cz nebo Yahoo!, ale jen z části, neboť využívají i internetové vyhledávače (Lalík, 2013; Schafer, 2009).

1.10 Internetové stránky

Internetové stránky jsou tvořeny velkým množstvím prvků, které jsou tvořeny z velké části autorskými díly. Nebezpečí zde představují ať už hackerské útoky nebo jenom samotné kopírování částí stránek konkurencí. Stránky vytváří pro zákazníka první dojem. Dle zákona §501 OZ lze brát internetové stránky jako věc složenou z jednotlivých nehmotných částí (De Miguel Asensio, 2020; Jansa, 2016; Kim et al., 2021).

1.11 Zdrojový kód webových stránek

Zdrojový kód webových stránek ukazuje text programu v jazyce pro programování. Kód je chráněn podobně jako autorské dílo. Tvoří ho pouze základ, na kterém jsou webové stránky postaveny. Webové stránky jsou tvořeny často jazykem HTML, a tak není jednoznačné, zda se jedná o počítačový program nebo ne. HTML je hlavní jazyk, který slouží pro tvorbu v systému WWW. Program představuje souhrn příkazů, které slouží v příkladu pro zhlédnutí videa (Jansa, 2016; Schafer, 2009; Wessels, 2001).

1.12 Webhosting

Pronájem webové stránky představuje webhosting. Webhosting neboli poskytování webového prostoru poskytuje možnost tvorby webových stránek bez nutnosti vytvoření a udržování vlastního serveru. Webhosting poskytuje pouze stránku, pro nalezení stránky zákazníkem je potřeba si zaregistrovat doménu (Lalík, 2013; Procházka, 2010).

1.13 Webdesign

Webdesign představuje vzhled stránek, který tvoří grafické prvky. Vzhled stránek lze také brát jako autorské dílo. Grafické prvky se skládají se souborů JPG, SVG, PNG, GIF a dalších. Jsou jedinečnou ukázkou pro zaujetí klientů (Frick, 2016; Jansa, 2016).

1.14 Internetová doména

Doménové jméno označuje název internetových stránek, jehož jednoznačnost poukazuje na lepší nalezení potenciálními zákazníky a naopak. Internetová doména představuje jednoznačný identifikátor hardwarové sítě připojené k internetu (Jansa, 2016; Lalík, 2013).

1.15 Caching

Caching je cizí obsah vkládaný do vyrovnávací paměti. Servery společností tak mohou využít cachingových serverů pro přiblížení se zákazníkovi z pohledu geografického, aby nedocházelo k přetížení hlavního serveru. Hlavní server zrcadlí obsah stránek na cachingový server a z něj pak čerpají data potenciální klienti. V rámci internetových stránek tak počítač uloží do počítače kopii, za účelem dosažení rychlejšího a komfortnějšího uživatelského prostředí (Jansa, 2016; Wessels, 2001).

1.16 Cookies

Cookies slouží jako identifikátor relace. Kde počítač, který se připojí k webové stránce poskytne určité informace o sobě, může jít o informace spojené s prohlédnutým zbožím a dobou strávenou nad určitým druhem zboží. Soubory cookies se tak mohou pojit a odkazovat například na nákupní košík (Nezmar, 2017; Wessels, 2001).

2 ECM – Enterprise Content Management

ECM neboli řízení podnikových informací (správa podnikového obsahu) je celopodnikový a komplexní soubor činností, které řeší efektivitu přehledu informací. Jde o soubor činností, které obsahují sběr informací až po výsledné výstupy a strategie řešení těchto aktivit, z pohledu všech možností získávání informací, jak už analogické či digitální, tak i informace o správě dat. Hlavním zaměřením mimo strukturovaná data jsou převážně nestruturovaná data (okolo 80 %), jako jsou například obrázky, tabulky, výkazy, nahrávky, metadata. Důvodem proč se ECM zaměřuje na nestruturalizovaná data je jejich převaha nad strukturalizovanými. Úplné složení částí ECM je rozsáhlé a částečně protíná i jiné disciplíny, podle potřeby jednotlivých podniků. Měnící se požadavky klientů utváří z ECM skládačku, která při složení vypadá jinak, než vypadá přiložený obrázek skládačky. Složení ECM je tak už od počátku odlišné od výrobem poskytnutých souborů programů, už jen rozsahem komponentů obsažených v nich (KARAT Software a. s., c2006-2020; Kunstová 2010; Lalík, 2013).

“Správa podnikového obsahu jsou strategie, metody a nástroje sloužící k získání, řízení, uložení, zachování a doručení obsahu a dokumentů vztahujících se k procesům organizace všude, kde tyto informace existují“ (Kunstová 2010, str. 12).

2.1 Historie ECM

Důvod vzniku ECM je snaha o zjednodušení a urychlení přehledu informací. V důsledku hledání potřebných informací mohou firmy ztrácet okolo 27 % času. Historické základy ECM vznikaly už od prvních snah spojování textových informací prvních počítačů. Základy též podpořil i známý Peter Ferdinand Drucker, který v knize Postkapitalistická společnost uvedl důležitost informací. Termín ECM byl poprvé použit v roce 2001 společností AIIM. Následovala značná snaha vývoje aplikací zaměřených na ECM. Vývoj ECM probíhal za pomoci technologického pokroku. Proces vzniku ECM má počátek v roce 1985, od kterého byly vytvořeny komponenty, a to digitalizace dokumentů, správa dokumentů, týmová spolupráce a automatizace procesů. Od roku 1995 začínala archivace dokumentů a od roku 2000 se začala řešit správa webů, znalostí, multimédií, e-mailů a záznamů. Časovou řadu tvoří nejčastější řešené položky. Zpočátku šlo o produkty, které se specifikují hlavně na jednu konkrétní část, například FileNet nebo Excel. Následovala kompletace těchto produktů až k dnes známým komplexním

informačním systémům, jako jsou například Karat, SAP, Microsoft Dynamics AX 2009 (Kunstová 2010; Suchánek, 2012).

2.2 Životní cyklus

Životní cyklus zpracování podnikových informací má tři části: vstup, zpracování a výstup. Doba jednotlivých částí se liší dle druhu zaměření firmy, taktéž i využití všech fází nebo jenom některých fází ECM. Vstup začíná samotným pořízením či přijetím informací (dat) z externího prostředí firmy. To probíhá většinou v rámci hodin, kdy firma například tvoří dotazníky a žádá veřejnost o jejich vyplnění. Druhou možností je přijetí informací (dat) od externího pořizovatele, například přijaté faktury daňového subjektu. Fáze zpracování může trvat od dnů po měsíce, kdy firma ukládá data, upravuje je a používá k činnosti. Dochází tak například k roztřídění jednotlivých informací pro potřeby kontrolního hlášení, výpisu z účtu nebo testování finální verze aplikace. Poslední fází životního cyklu je výstup, kde firma publikuje své závěry, které jsou následně archivovány a skartovány. Výstupem může být například odeslání výpisu z účtu klientovi banky nebo uvedení webových stránek do provozu pro danou firmu. Poslední fáze může trvat od měsíců po roky (Kunstová, 2010; Suchánek, 2012).

2.3 Komponenty správy podnikového obsahu

ECM jako takový nesourodý souhrn komponentů neboli části informací jako jsou například složky. Jednotlivé komponenty jsou uvedeny níže, ale jejich skladba se s časem mění. Složení komponentů ECM je rozsáhlé a může se v budoucnu zvětšovat (Kunstová, 2010; Suchánek, 2012).

ECM komponenty jsou tvořeny nejčastěji pomocí archivace, automatizace procesů, digitalizace dokumentů, řízení podnikových procesů, vytěžování dat, správa multimediálního obsahu, správa záznamů, správa znalostí, systém pro správu dokumentů, správa elektronické pošty, správa webového obsahu a týmová spolupráce (Kunstová, 2010; Suchánek, 2012).

2.4 Imaging (digitalizace dokumentů)

Digitalizace dokumentů je proces přeměny listinných dat na jejich elektronickou podobu, a to pomocí převodu na obrázek nebo na přepis do potřebné aplikace. V životním cyklu správy dokumentu je snaha jej řešit při vstupu nebo při výstupní archivaci. Cílem je úspora času a přehlednost, která by zvláště u středních a větších firem znamenala

přesun listinných dokumentů z jedné pobočky na druhou. Samozřejmě se takovýmto přesunům nebo papírovým dokumentům či předmětům nelze vyhnout vždycky, příkladem mohou být tajné recepty, výpisy z rejstříku trestů, neschopenka a věcné ceny. Integrace dat je v různé míře digitalizována podle potřeby od žádné integrace přes částečnou až po úplnou. Příkladem zpracování mohou být řidičské průkazy. Firemní pracovník je naskenuje, následně provede s jejich elektronickou podobou zařazení a indexuje je. Výstupem bude vrácení originálu a archivace elektronické podoby řidičského průkazu. Přínosy digitalizace jsou tvořeny možností okamžitého přenosu dat po celém světě. Zároveň je umožněn okamžitý přístup k datům a přesun dat na externí server. Což umožňuje rychlejší nalezení potřebných dat a úsporu místa. Negativa digitalizace mohou být dána rizikem elektronického zabezpečení, selháním výpočetní techniky nebo aktualizací operačního systému nekompatibilního se zařízením, která vymaže data. Příkladem programu pro digitalizaci je Sofa (Kunstová 2010; Suchánek, 2012).

2.5 Data Capture (vytěžování dat)

Vytěžování dat je proces, při kterém komponent tvoří program pro získání strukturálních dat. Data se získávají vložením do informačního systému nebo pomocí sběrného programu, lze využít programy, jako jsou OCR, OMR nebo ICR. Často se pro získání dat používají formuláře, například marketingové průzkumy, dotazníky spokojenosti či faktury. Vytěžování ve fázi životního cyklu zpracování dat se vyskytuje ve vstupu při pořizování dat, snahou je automatizovat komponent vytěžování dat. U polostrukturovaných dat máme formulář, ve kterém se data nacházejí, ale není známo kde přesně. Nestrukturovaná data představují soubor s daty, jejichž informace je potřeba prezentovat společně. Stejně tak jako u strukturalizovaných dat i u nestrukturalizovaných probíhá digitalizace v počátku životního cyklu, a to při vstupu. V první části vytěžování dat jde o přípravu formulářů, šablon či vzorů tedy pravidel získávání informací z nich. Při zpracování jde o rozšíření procesů digitalizace, tedy o lepší získávání dat než jen metadat. Za tímto účelem lze využívat například čárové kódy, ty se ale doposud v některých oblastech moc nerozmohly či jejich využití porývá jen malé procento informací z daného datového svazku. Získaná data se pak používají pro potřebu následných aplikací pro zpracování dat. Výhodou komponentu je částečná automatizace celého procesu získávání dat, snížení chybovosti lidského faktoru a úspora času (Kunstová, 2010; Suchánek, 2012).

2.6 Document Management System (Systém pro správu dokumentů)

Systém správy dokumentů je hlavním jádrem ECM, je jako základ ECM komponent. Řeší uložení ostatních ECM komponentů, tak aby bylo docíleno okamžitého přístupu k potřebným datům, rozřazení dat a manipulace s daty. Ve fázi životního cyklu zpracování představuje takové lepidlo, které drží vše pohromadě. Zpracování v sobě zahrnuje ukládání, upravování a užívání již získaných dat. Důležitost komponentu správy dokumentů ve zkratce DMS je možnost poskytnutí všech potřebných dat zaměstnancům, snížení času hledání správného dokumentu, přehlednost firemních dokumentů a zabezpečení jasnosti evidovaných dokumentů o klientech dle GDPR. Systém na správu dokumentů je složen z formuláře jednotlivých základních složek, které se následně dělí na druhotná rozdělení, na něž mohou navazovat další pod-rozdělení. Soubor se nachází v DMS pouze jednou, ale lze jej vyhledat v různých formulářích systému ECM. Zabezpečení je řešeno pomocí administrativního rozdělení, kde každý účastník má možnost práce s dokumentem jen v té míře, která je mu přidělena. Příkladem takových pravomocí je například možnost pouze ke čtení či právo úpravy jen vlastních souborů. Administrátor může zároveň měnit i změny oprávnění těchto pravomocí. DMS automaticky ukládá data a načítá data pomocí aplikace, která data vytvořila. DMS systém ukazuje i vazby mezi daty, může tvořit připomenutí, umožní prohlížení souboru bez aplikace k jejich přečtení, přizpůsobí uživatelsky přijatelné rozhraní pro uživatele, poskytuje dočasnou off-line verzi souboru, schvaluje proces pro zamezení chyb a další. Proces třídění a vyhledávání se opírá o samotná metadata, která popisují dané soubory a umožňují například automatické před vyplňování. Příkladem obecného DMS volně přístupného je v rámci Windows samotný systém správy disku. Vyhledání souborů a jejich správa je pak možná pomocí vyhledávání/lupy (Kunstová, 2010; Provatas, 2021; Suchánek, 2012).

2.7 Records Management (Správa záznamů)

Správa záznamů je komponent vytvořený za účelem evidence souborů dat. Zároveň umožňuje kontrolovat a doplňovat nebo měnit data. Jde o speciální typ dat, která se nazývají záznamy. Záznamy jsou soubory dat, které musí splnit určité legislativní požadavky, a tak proces s nimi spojený je oproti klasickému souboru dat komplikovanější. Záznamy mohou být tvořeny rodnými listy, lékařskými zprávami nebo pasy. Další komplikací je samotné rozeznání záznamů od běžných dat, ačkoli všechna data musí být zabezpečena, u záznamů to platí dvojnásobně. Metody a aplikace

umožňující záznamy a zpracování záznamových dat, samy o sobě mohou vytvořit chybný záznam. Chybný záznam mohou tvořit například nedokonalosti aplikace při převodu řeči na text. Na rozdíl od DMS je nutná povinná archivace, kde se záznamy nesmějí měnit. V rámci systému je manipulace závislá na datumech či událostech, na jejichž základě se dělí. Data, která jsou určena pro archivaci, nesmí být smazána a musí být v trvalé udržitelnosti pro případnou potřebu. Při zařazení do životního cyklu správy podnikového obsahu jde o fázi výstupu zaměřenou na archivaci a publikaci. Přínos správy záznamů je hlavně v nutnosti splnění legislativních norem a nařízení. Jedná se například o nutnost archivace (Graves, 2013; Kunstová, 2010; Provatas, 2021; Suchánek, 2012).

2.8 E-mail Management (Správa elektronické pošty)

Správa elektronické pošty je v dnešní době nedílnou součástí téměř každého podnikání. V životním cyklu ECM představuje ve vstupu přijetí a při výstupu archivaci a skartaci. Účelem komponentu je zamezit přehlédnutí nebo ztrátě přijatých informací. Pomocí komponentu dochází k přesunu zpráv do společného úložiště pro možnost využití i pro další oprávněné uživatele. Při správě záleží na snadném a hlavně bezpečném uchovávání důležitých e-mailů a smazání nepodstatných e-mailů. Důležitost některých e-mailů se může ale ukázat až za 10 let, a proto některé firmy nemažou e-maily, ale naopak zálohují. Komponent tento problém řeší pomocí práce s daným e-mailem, dokud se s ním pracuje, je přístupný. Jen co práce s ním ustane, dochází k přesunu do archivu a smazání z pošty. Dalšími vlastnostmi komponentu správy elektronické pošty je různá metoda archivace, snadnější vyhledávání potřebných správ, nastavení oprávnění uživatelů, zamezení duplikátů, off-line koncept načtení správ do zařízení, pomocné hodnocení e-mailů (dle důležitosti, termínu pro zpracování), zvýraznění provedených změn jinými uživateli a možnost mazání e-mailů. Příkladem správy elektronické pošty je například ZonerCloud a Thunderbird (Kunstová, 2010; LaCamera, 2020; Laudon & Traver, 2021; Provatas, 2021; Suchánek, 2012).

2.9 Archiving (Archivace)

Komponent archivace slouží k trvalému nebo dočasnému uchování dat, většinou bez možnosti daná data upravit. Často se jedná o data, která dle legislativy podléhají určitému zákonu o uchovávání dat. Archivace a zpracování dat klade důraz na dodržení a optimalizaci postupů, které firma vytváří pro nejvýhodnější a nejefektivnější práce s daty. Často dochází k tomu, že s růstem firmy se procesy zpracování dat duplikují a

zbytečně komplikují. Komponent se nachází v životním cyklu ECM ve fázi výstupu, kde již zpracovaná data pouze uschováváme. Nemusí se jednat o archiv přímo elektronických dat, může jít o informace o papírovém archivu. Problémem elektronické archivace je samozřejmě zabezpečení, ale také kvalita hardwaru. Na rozdíl od listinné podoby dat, elektronická data mohou být poškozena například špatným přehráním. Rizika s nimi spojená nejsou pořád tak známá, jako rizika spojená s listinnými daty. Velkou výhodou je rychlost nalezení potřebného archivovaného souboru. Komponent jako takový vzhledem k dlouhé době archivace se zaměřuje na archivaci dat ve formátech, které mají charakter rozšířenosti a udržitelnosti i do budoucna jako je například PDF. Velkou výhodou takto archivovaných dat je nesporně množství metadat o nich, která následné třídění a hledání mnohonásobně ulehčí. Jednou z archivačních možností jsou programy COLD, které zaznamenávají vytištěné dokumenty. Přínosem se stává vedle zákonných požadavků archivace jednoznačnost a rychlost nalezení dat a snížení množství dat v pracovních zařízeních. Archivace představuje nutnost, i dle zákona, například v rámci vedení mezd. To činí 30 let v případě potřeby pro důchodové pojištění u ne-poživatelů starobního důchodu a u poživatelů starobního důchodu doba činí 10 let, účetní doklady 5-10 let, pracovní smlouvy 35 let (Daňové zákony a účetnictví, 2020; Graves, 2013; Kunstová, 2010; Provatas, 2021; Suchánek, 2012).

2.10 Workflow (Automatizace procesů)

Komponent automatizace procesů, jinak nazývaný Workflow, slouží pro definování řetězce činností se schopností jej implementovat bez nutnosti manuálního zadávání. Nástroje, které spadají pod soubor nástrojů automatizace, se ve zkratce nazývají BPM neboli řízení obchodních procesů. BPM obsahuje nástroje k modelování a pozorování podnikových procesů. Systém zajišťující automatizaci Workflow se nazývá systém řízení pracovního toku (Workflow Management System), který optimalizuje procesy, aby zajistil rychlý chod systému. Procesy automatizace probíhají v rámci aplikací, ale i napříč celým podnikovým systémem, popřípadě i mimo podnik. Workflow je v pokrytí životního cyklu ve všech fázích, od vstupu přes zpracování až po výstup. Nejedná se přímo o upravování dat, ale spíše o práci s daty například jaká manipulace byla prováděna s daty. Data tak při zpracování mají daný postup jejich zpracování, podle shodnosti procesů s nimi spojených. Základními funkcemi Workflow jsou například modelování průběhu činnosti, kontrola definic spojených s procesem a grafické znázornění průběhu jednotlivých fází. Přínosem komponentu je především úspora času,

zvýšení produktivity, procesy mohou probíhat i mimo pracovní dobu, znalost stavu procesů, snížení chyb lidského faktoru, snížení zatížení systému (Cimler, 2007; Kunstová, 2010; Russell, 2016; Suchánek, 2012).

2.10.1 Groupware (Týmová spolupráce)

Týmová spolupráce (Groupware) jako komponent ECM je zaměřen na komunikaci na rozdíl od ostatní aplikací ECM, čímž není nutné jej implementovat do systému ECM. Týmová spolupráce tvoří vhodné podmínky pro komunikaci více lidí pro lepší kooperaci a koordinaci daného úkonu. Efektivita využití samotného komponentu týmové spolupráce je mírně problematická, protože například chybí plánování aktivit (většinou nechybí, ale není používáno), přehled probíhajících činností, ale může dojít i k týmovému komunikačnímu problému (například kulturní přešlap). Ve všech fázích životního cyklu zpracování dat můžeme nalézt Groupware, ale jako samostatné informační toky, které proudí všemi směry. Groupware obsahuje poštu, kalendář, znázornění přidělení osob k úkolům, společnou složku pro data a zprávy, program pro hovor/video konferenci, aplikace typu wiki, popřípadě blog. Přínos komponentu je těžší určit, ve většině společností je částečně princip Groupware používán (např. TeamViewer), snahou je tedy tento proces zefektivnit, popřípadě vyplnit mezery. Vyplnění mezer přinese úsporu času, snížení nákladů a zvýšení odbornosti zaměstnanců (Kunstová, 2010; Suchánek, 2012).

2.10.2 Web Content Management (Správa webového obsahu)

Firma si zvolí určitou část svých podnikových dat, která následně reprezentuje na webu. Jde o komponent zaměřený na tvorbu a správu publikování informací na internetu, popřípadě intranetu. Komponent se nachází v ECM ve fázi u výstupu při publikaci zpracovaných dat. Přínos pro společnost má komponent hlavně ve svém výsledku, kdy může představovat významný reklamní prvek. Příkladem programu pro správu webového obsahu je například WEDOS (Husovec, c2014; Kunstová, 2010; Laudon & Traver, 2021; Suchánek, 2012; WEDOS, c2010-2021).

2.10.3 Knowledge Management (Správa znalostí)

Komponent ECM správa znalostí je aplikace zaměřená na vyhledávání informací, propojování dokumentů, získávání informací z již získaných informací a rozvíjení vědomostí za účelem zvýšení kvalifikovanosti zaměstnanců. Činnost aplikace správy znalostí by měla nejenom být schopna požadované informace nalézt, ale i dle znalostí

uživatele mu je sama nabízet. Většinou správa znalostí ve společnostech je ve stavu, kdy zaměstnanci raději informace hledají přes internetové prohlížeče. Komponent lze uplatnit ve všech fázích správy informací. Přínosem je hlavně úspora času, kdy zaměstnanci nemusí již známé situace sami řešit, ale mohou si najít řešení jejich kolegů, podle kterého postupovat. Příkladem zjednodušené verze komponentu je Wikipedie s verzí neziskového modelu (Kunstová 2010; Lalík, 2013; Laudon & Traver, 2021; Suchánek, 2012).

2.10.4 Digital Asset Management (Správa multimediálního obsahu)

Správa multimediálního obsahu je komponent pro vkládání, kategorizaci, ukládání, anotaci a vyhledávání za účelem práce s fotkami, obrázky, zvukovými a video záznamy a dalšími multimediálními soubory. Použití je částečně užší než u předešlých, neboť se nevyužívá tak hojně. Pro práci se soubory jako jsou obrázky lze využít komponent správy dokumentů. Přesto je komponent správy multimediálního obsahu nezbytný v oblastech televizního průmyslu, kriminalistiky či u realitních makléřů. Výhody s ním spojené jsou například možnosti transformace záznamů (velikost, formát atd.), náhledy, nastavení oprávnění. Firma tak ušetří čas a finanční prostředky (Kunstová, 2010; Suchánek, 2012).

3 Klasifikace způsobů elektronického obchodování a rizik s ním spojených

Kamenný obchod s možností internetového nákupu představuje čím dál více se rozšiřující možnost oslovení potenciálních zákazníků. Zboží je umístěno na internetových stránkách obchodu, ale jeho vyzvednutí je následně možné na prodejně nebo pomocí doručovací služby třetí strany. Mimo klasické performerky či obchodu s oblečením, které nabízejí zboží s relativně dlouhou dobou použitelnosti a trvanlivosti, můžeme pozorovat i objevující se snahu, například obchodu Tesco, použití nabízeného sortimentu spíše rychle se kazícího zboží (Fernie & Sparks, 2019; Suchánek, 2012).

Kvazielektronické obchody jsou obchody, u kterých se nedá ověřit totožnost jednotlivých stran. K zjištění jednotlivých smluvních stran dochází až při plnění sjednaných podmínek. Kvazielektronické obchody představují zásilkové obchody, realita obchodu není často prokazatelná. Pokud je zboží objednáno, tak nelze jednoznačně prokázat, zda si daný produkt opravdu objednal subjekt uvedený na faktuře. Obchody ovšem ani neusilují o větší ověřitelnost klienta z důvodu následných ztrát odběru zboží (Frick, 2016; Suchánek, 2012).

Plnohodnotný elektronický obchod má veškerou činnost řešenou pomocí elektronických cest. Dochází zároveň k ověření identity jednotlivých stran, a to převážně pomocí elektronických podpisů (Nezmar, 2017; Suchánek, 2012).

3.1 E-tržiště

E-tržiště je virtuální místo, na kterém se setkává poptávka s nabídkou statků a služeb. Hlavním rozdílem od ostatních forem e-podnikání je velké množství prodávajících a nakupujících. Jednotlivé subjekty se zde setkávají v rámci své činnosti, mohou to být vztahy jak C2C, tak i B2B, G2B či kombinace mezi nimi. Pro příklad vztahu se zapojením vlády je v ČR GEM. Mezi velké výhody pro spotřebitele či odběratele patří nabídka velkého množství výrobků nebo služeb od velkého množství dodavatelů na jednom místě. Porovnání cen tak částečně umožňuje koupit zboží za nižší cenu než v případě nabídky jednoho prodejce. Další předností e-tržišť je soustředěnost informací o daném produktu (Frick, 2016; Laudon & Traver, 2021; Machková, 2014; Suchánek, 2012).

3.2 E-shop

Je elektronický obchod nabízející zboží hmotné či nehmotné a služby. Nabídka zboží či služeb e-shopu se s každým e-shopem mění dle jeho specializace. Příkladem může být Amazon, který zároveň své zboží i vyrábí. Amazon se zaměřuje převážně na B2C. Dalším příkladem je firma Dell, která ve svém e-shopu nabízela mezi prvními nabídku konfigurace vybraného zboží. Firma Dell své zboží tak dostává do vztahu B2C a B2B (LaCamera, 2020; Laudon & Traver, 2021; Machková, 2014).

3.3 Poplatky

Myšleno poplatky za poskytování služeb. Příkladem je aukční server eBay, který vytvořil velké množství druhů poplatků, jejichž uplatnění je jen v určitých případech (LaCamera, 2020; Machková, 2014).

3.4 Model předplatného

Model předplatného se využívá převážně v žurnalistice pro digitalizovaný obsah. Spotřebitel v rámci měsíce nebo roku dopředu platí za možnost využití hudby, videa, obrázků atd. Příkladem takového modelu jsou například pro B2B ProQuest a EBSCO, které poskytují odborné články. Příkladem pro B2C je Netflix pro filmy a Deezer pro hudbu (Laudon & Traver, 2021; Machková, 2014).

3.5 Diferencovaný produkt

Diferencovaný produkt obsahuje část, která je zdarma. Například se jedná o demo verze, pouze základní rozhraní softwaru nebo omezená kapacita úložného prostoru. Příkladem firem je pak DropBox nebo CrashPlan, které nabízejí zálohování dat (Ferne & Sparks, 2019; Machková, 2014).

3.6 Příjmy z reklamy

Příjmy z reklamy představují velmi častou snahu firem se v této oblasti uplatnit. Samotná internetová reklama je velmi podstatným odvětvím pro podnik. V dnešní době je to jeden z nejvíce využívaných nástrojů vyhledávání potenciálních klientů. Často pro firmy zabývající se reklamou ale netvoří hlavní zdroj příjmu. Zdárnou výjimkou je společnost Google, která mimo reklamu vyvíjí a nabízí i mnoho dalších služeb. Rozrůstající se elektronizace zvyšuje požadavky na propracovanost internetové reklamy, a tak vznikají různé druhy internetové reklamy, mezi které patří bannery, PPC reklamy,

propagace na stránkách a sociální propagace (Hornáková, 2011; Husovec, c2014; Machková, 2014).

3.6.1 Kombinace reklamy a předplatného

Kombinace reklamy a předplatného poukazuje na snížení rizika diferenciací, a tak pro firmy lépe dosažitelný a udržitelný cíl. Hojně ji využívají spíše vydavatelé novin. Příkladem může být například The Wall Street Journal, který ani předplatitelům tištěné verze neumožní zdarma přístup k online verzi, jen slevu. V rámci elektronických tržišť dochází k využívání kombinace různých příjmových modelů, mezi které může patřit například jak příjem z reklamy, tak provize za zprostředkování prodeje (Laudon & Traver, 2021; Machková, 2014).

4 Elektronické obchodování z pohledu vzniklých rizik a omezení

Rizika mezinárodních obchodních transakcí ovlivňuje jak podnikatele, tak i fyzické osoby. Jednotlivé požadavky poptávky jsou často uspokojeny až zahraničními nabídkami, neboť produkce některých výrobků a služeb je v jednotlivých zemích silně omezena. Můžeme sem zahrnout například nákupy z Číny, které díky nižším cenám poskytují velkou konkurenční výhodu podnikatelům a zároveň nižší ceny lákající i fyzické osoby k nákupu (Cimler, 2007; Machková, 2014; Suchánek, 2012).

Každá oblast podnikání v sobě má jistou míru rizika, dnešní doba poukazuje na důležitost online podnikání a s ním spojené zabezpečení činnosti. Stanovení možných rizik tak zvýší šanci úspěchu podniku. U některých podniků je třeba brát i potaz na rizika spojená s likvidací již nefunkčních výrobků (Grant, 2019; LaCamera, 2020; Laudon & Traver, 2021; Machková, 2014)

Elektronické obchodování zaznamenává velký nárůst a důležitost. Česká republika zaznamenává velký ekonomický růst v odvětví a s ním i spojenou důležitost náhledu na jednotlivá rizika obchodních transakcí. Legislativu zabývající se ochranou spotřebitele lze nalézt v občanském zákoně číslo 89/2012 Sb. V rámci procesu globalizace zaznamenala celá Země značné množství pozitiv, ale i negativ. Nejznámějším negativem, které poukazuje na nezbytnost elektronického obchodování a s ním spojených rizik, dnes již často mezinárodních transakcí, je COVID-19 (Cimler, 2007; Machková, 2014; Ministerstvo průmyslu a obchodu, c2005-2020; Suchánek, 2012).

5 Uzavírání smluv

5.1 Smlouvy

Smlouva je nejčastěji tvořena dohodou mezi dvěma smluvními stranami, ale může ji uzavřít i větší počet smluvních stran. Ve smlouvě se zúčastněné strany zavazují dodržet podmínky obsahu smlouvy dle § 1724 odstavce 1 obchodního zákoníku. Samotná forma smlouvy nemusí být v písemné formě, její nutnost je pouze u malého množství typů smluv. Dle občanského zákoníku má tak každý právo na výběr formy právního úkonu. Výjimkou jsou u některých smluvních typů omezení, která požadují určitou strukturu pro daný smluvní typ. Jedna ze smluvních stran může také projevit vůli k uzavření smlouvy v písemné podobě pak jí má být vyhověno dle § 559 obchodního zákoníku. Největší množství smluv tak tvoří smlouvy uzavřené ústní formou a rozšiřuje se množství uzavíraných smluv v rámci internetového prostředí (Husovec, c2014; Jakubka, 2010; Jansa, 2016; Yao-Hua & Walter, 2014).

5.2 Sjednávání smluv

Pro zdárné uzavření smlouvy je nutnost akceptace nabídky stranou přijímající od strany nabízející, která ji vytvořila konkrétně pro daný subjekt. Přijetí nabídky může být ale i s podstatnou výhradou, a pak je dle nového občanského zákoníku § 1740 odstavec 2 nutno vytvořit novou nabídku. V případě nepodstatných změn je umožněno brát nabídku za přijatou s výhradou dle § 1740 odstavec 3. Určení jednoznačnosti, co je a není podstatnou změnou, se u některých doplnění smluv nedá jednoznačně určit, a tak tvoří právní nejistotu. Smlouvy tak často obsahují doložky, odmítající dodatky a odchylky. Doložky jsou přípustné OZ § 1740 odstavec 3. Náležitosti nabídky, které jsou nutností, tvoří podstatné náležitosti smlouvy. Podstatné náležitosti smlouvy jsou definovány zákonem a liší se podle smluvního typu (Jakubka, 2010; Jansa, 2016; Novotný, 2014; Yao-Hua & Walter, 2014).

Uzavření smluv na dálku nám často umožňuje e-mailová komunikace, která je výkladově na stejné úrovni jako běžná papírová pošta. Postupem uzavření smlouvy se pak stává proces, při němž tvůrce nabídky odešle e-mailem návrh na uzavření smlouvy druhé straně. Druhá strana při akceptaci nabídky odešle akceptovanou nabídku navrhovateli a tím je smlouva uzavřena (Jansa, 2016; Yao-Hua & Walter, 2014).

Nabídka zboží nebo služeb na internetových stránkách často nepředstavuje návrh na uzavření smlouvy. Často se může jednat o formulář, jehož vyplněním zájemcem se zájemce stává navrhovatelem, a odesílá tak návrh na uzavření smlouvy provozovateli internetové stránky nebo subjektu využívajících služeb internetových stránek. Akceptace smlouvy je následně doručena do e-mailové schránky, ale k uzavření smlouvy neslouží potvrzovací e-mail (Jansa, 2016).

Smlouva může odkazovat na obchodní podmínky. Obchodní podmínky se stávají součástí smluv přidáním k nabídce nebo pouze odkazem na obchodní podmínky. Odkaz musí být jednoznačný pro obě strany. Smlouvy v elektronické podobě mohou obsahovat hypertextový odkaz, který by měl být umístěn viditelně. Podmínkou pokračování objednávky může být odsouhlasení souhlasu s obchodními podmínkami (Jakubka, 2010; Jansa, 2016).

5.3 Platební styk v e-businessu

Z důvodu nepřítomnosti zúčastněných stran na jednom místě často nemohou smluvní strany uhradit svůj závazek hotovostní platbou. Platební transakce přes online svět zajišťují bankovní a nebankovní subjekty. Bankovní subjekty fungují dle zákona číslo 21/1992 Sb., který pojednává o bankách a použití platebních metod. Subjekt si pro možnost placení musí zřídit takzvaný běžný účet. Zřízení účtu subjektu umožňují pouze tuzemské banky. U nebankovních subjektů je též nutné zřízení účtu, ale není podmíněn tolika požadavky jako u bankovního subjektu. V případě plateb bankovním převodem přes hranice se využívá systém SWIFT (Grath, 2014; Jansa, 2016).

Off-line plateb v e-businessu silně ubývá, ale jejich hlavní využití nastává v případě, kdy si zákazník vyzvedne zboží osobně. Jistá forma off-line platby je bezhotovostní převod, starší metodou je otisk platební karty. Další málo využívanou možností je dobírka. On-line platby jsou mnohem transparentnější a rychlejší. Nejrozšířenější metody on-line plateb jsou karty a tlačítka. Karty umožňují rychlé a snadné platby. Je možné je rozdělit na kreditní a debetní, kdy kreditní karty umožňují čerpat finanční prostředky nad rámec finančních prostředků na účtu. Rychlá platební tlačítka jsou tvořena smlouvou prodávajícího s bankou o rychlém platebním tlačítku, přičemž kupující musí mít účet u stejné banky (Ferne & Sparks, 2019; Jansa, 2016).

5.4 E-marketing

E-marketing lze označit jako soubor veškerých telekomunikačních a informačních technologií využitých pro marketingové účely. Lze ho rozdělit do dvou skupin na internetový marketing a mobilní marketing. E-marketing je rychle se rozrůstající oblast, která je spojená s rychlým vývojem technologií. Technologický pokrok umožňuje čím dál více lidem přístup k internetu (Laudon & Traver, 2021; Machková, 2014).

5.5 Výhody/nevýhody využití internetu

Internet pro firmu tvoří množství příležitostí, ale i hrozeb například firma může použít e-marketing, na druhou stranu její konkurence taky. Firma se tak dostává do rizika, že o ní nebude dostatečné povědomí, jenom tím že nevstoupí v povědomí potenciálních klientů za pomoci e-marketingu. E-marketing v sobě zahrnuje využití elektronických zařízení pro zvýšení povědomí v myslích potenciálních klientů. Klienty nevyužívající internet osloví jen přes pozitivní sociální reklamu. Využívání internetu pro společnost přináší: informační zdroj, marketingový výzkum, srovnání cenové politiky, výrobkovou politiku, distribuční politiku, různé možnosti podpory prodeje, využití sociálních sítí, využití zálohování, monitoring a další (Bednář, 2011; Horňáková, 2011; Machková, 2014).

5.6 Zdroj informací

Internet nabízí množství informací a propagačních materiálů konkurence. Podniky tak mají velkou možnost analyzovat získaná data levněji a efektivněji než při využití klasických metod, pro příklad návštěva konkurentova kamenného obchodu a porovnání cen na místě. Společnostem internet přináší i další informace, které představují například burzovní data, data o státní správě, demografická data, statistická data, data pro marketingový výzkum, data o patentech, data poskytovaná státními organizacemi, data z medií, právní aspekty atd. (Využití dat v sobě zahrnuje i riziko korektnosti datového souboru) (Machková, 2014; Seon Jeong & Kwak, 2020).

5.7 Autorská práva

K některým dílům ať už skutečným či virtuálním se vztahují autorská práva. Jedná se o podporu tvůrčích činností s novým vytvořeným aspektem. Autor tak získává možnost výhradního použití svého díla či poskytnutí své tvorby pro další ekonomické subjekty. V Evropské unii existuje nesoulad mezi autorskými právy a práv s ním spojených

v zemích unie a přeshraničních zemích. Autorská práva se drží postupů teritorií zemí, ale jejich vymahatelnost se komplikuje nejenom v mimo-unijních zemích, ale i v oblasti samotné Evropské unie. Komise Evropské unie na tuto skutečnost nemálo poukazuje. Problematiku tvoří hlavně nejednotnost teritoriálních pojetí autorských práv, a to ať už jde o terminologii či rozsah ochrany autora. Autorská elektronická díla, zvláště kvůli své povaze, nejsou omezena z pohledu pohybu. Svoboda pohybu vyplívá z mezinárodního práva. Webové stránky dle zákona §501 OZ představují komplex nemotných částí. Web firmy je možné si zobrazit v různých koutech planety. Výjimku tvoří cenzura, kterou mohou uvalit jak celé státy, tak i pouhá města (Arnau Roselló, 2019; Cádima, 2019; De Miguel Asensio, 2020; Husovec, 2014; Choi & Kwak, 2020; Jansa, 2016; Kim et al., 2021; Seon Jeong & Kwak, 2020; Sychev et al., 2019)

5.8 Cenová politika

Cenová politika převzala mnoho aspektů tradičního pojetí cenové politiky a rozšířila jej o další možnosti. Výrazná rychlost porovnání cen vede zákazníky k možnosti vyhledání si lepších podmínek. Z pohledu firem jde o konkurenční schopnost. Firmy se snaží stanovovat cenu tak, aby oslabily konkurenci a zároveň přilákaly nové zákazníky (Machková, 2014; Saif et al., 2020).

5.9 Distribuční politika

Distribuční politika v rámci internetu umožňuje přímou distribuci. Sledování zásilek, jak zákazníky, tak prodejci umožňuje kontrolu v případě ztráty či zničení zboží. Problematickou oblastí se může stát reálnost místa sledovaného zboží. Internet poskytuje relativně dobré řešení logistiky, které firmám může poskytnou značnou úsporu (Cimlér, 2007; Machková, 2014).

5.10 Internetová reklama

Český statistický úřad uvádí, že v roce 2010 v České republice 90 % účastníků internetu využívalo e-mail. (Český statistický úřad) Internetová reklama se umístila ve spoustě zemí v rámci reklamy na 3 místě a každoročně posiluje. Reklama je zároveň i přizpůsobována potencionálním zákazníkům, příkladem je Google, který přizpůsobuje reklamu vyhledávání uživatele (Hornáková, 2011; Machková, 2014; Salem et al., 2019; Tsadiras & Nerantzidou, 2019).

5.11 Podpora prodeje

Internet poskytuje velkou škálu možností například soutěže, věrnostní programy, slevové kupony a jiné. V kombinaci s kamennou prodejnou má tak zákazník možnost například si vybrat zboží online a jeho vyzvednutí na kamenné prodejně. Značným plusem je také důkladný popis výrobku na webových stránkách, kdy jsou jednotlivci plně informovaní a na web se tak vracejí pro zjištění dodatečných informací o výrobku (Machková, 2014; Stringham et al., 2021; Tsadiras & Nerantzidou, 2019).

5.12 Sociální sítě

Sociální sítě představují významnou marketingovou oblast. Rostoucí využívání sociálních sítí vede k nárůstu reklamy v sociálních sítích. Významným aspektem stále zůstává i využívání SMS marketingu. V rámci zvýšení povědomí a loajality ke značce vědci v Malajsii dokázali, že existuje láska ke značce. Zákazníci, kteří se mohou částečně ztotožnit se značkou, jsou vůči firmě loajálnější než zákazníci, kterým značka nic neříká. Lajky a srdíčka u zpráv na sociálních sítích zvyšují povědomí o značce a její kladnou pověst (Bhandal, Meriton, Kavanagh, & Brown, 2022; Horňáková, 2011; Machková, 2014; Salem et al., 2019; Tsadiras & Nerantzidou, 2019).

6 Rizika v mezinárodním obchodě

Riziko můžeme definovat jako stav ochoty vstoupit do neprozkoumaných hlubin, kde pro dosažení uspokojivého výsledku využíváme všech dostupných informací (Mioducka & Mařecka, 2019).

Rizika mezinárodního obchodu poukazují na specifická rizika. Struktura rizik se v čase mění, jednotlivá rizika sama zanikají nebo dochází k jejich omezení, jiná se teprve objevují. Obchod mezi dvěma státy je ovlivněn dvojím právním řádem a dvojím ekonomickým stavem zemí, ve kterých podnik provozuje svou činnost. Rizika jsou tak například tvořena kurzovými rozdíly, daňovými normami či náležitostmi normy samotné. Pochopení samotného pojmu riziko je dosti subjektivní, neboť nejednoznačnost a proměnlivost vnímání jednotlivých účastníků pro dané rozhodnutí může vést k mnohačetným výsledkům. Nejednoznačnost pohledu na rizika je převážně spjata s množstvím nejistoty s ním spojené neboli důsledek nejistoty na stanovený cíl (Gavurova et al., 2020; Lam, 2014; Machková, 2014).

Rizika můžeme rozdělit dle Druckera na čtyři druhy rizik. Riziko, které je přímo spojeno s povahou podnikání. Riziko, které zvládneme podstoupit. Riziko, které nezvládneme podstoupit. Riziko, které musíme podstoupit. Jiný způsob dělení druhů rizik je dle mezinárodních ekonomických vztahů, a to na například tržní rizika, komerční rizika, rizika přepravní, teritoriální rizika, měnová rizika atd. (Machková, 2014; Mioducka & Mařecka, 2019).

Další dělení rizik: tržní riziko, teritoriální riziko, měnové riziko, obchodní riziko, dopravní riziko, riziko odpovědnosti atd. Z jiného pohledu můžeme rizika rozdělit na tradiční a moderní rizika. Za tradiční rizika můžeme považovat rizika spojená s podnikatelskou činností, obchodní rizika, která lze dále dělit na rizika spojená s výběrem trhu a obchodních partnerů, riziko výrobní, rizika spojená s přepravou zboží a služeb, ochrana výrobku a právní rizika. Mezi moderní rizika počítáme rizika kurzová, rizika úvěrová a rizika investičního charakteru. Další pohled na pod rozdělování rizik je z pohledu času na krátkodobá rizika a dlouhodobá rizika (Ambrus, Rayfuse, & Werner, 2017; Kalyuzhna, 2020; Nguyen et al., 2021; Petrová, 2021).

Jednotlivá rizika můžeme dále dělit na dílčí rizika jednotlivých souborů rizik. Každé riziko pod sebou zahrnuje nespočetné množství dílčích rizik, a proto vznikají

v podnicích oddělení, která se zabývají omezením rizik na přijatelnou úroveň. Na rizika je potřeba pohlížet jako na komplexní systém, kde jednotlivá rizika na sebe navzájem působí, a tak ovlivňují výslednou míru rizika (Ambrus, Rayfuse, & Werner, 2017; Petrová, 2021).

6.1 Podnikatelské riziko

Podnikatelské riziko představuje riziko, kterému se podnikatel vystavuje v rámci své podnikatelské činnosti. Jedná se o soubor mnoha rizik, mezi které patří riziko tržní, riziko komerční, riziko přepravní, riziko teritoriální, měnové riziko, finanční riziko, riziko odpovědnosti za produkt a mnoho dalších (Machková, 2014; Šafrová Drášilová, 2019; Vochozka, 2011; Vochozka, 2012).

6.2 Tržní rizika

Tržní podmínky a příležitosti jsou proměnlivým faktorem a poukazují na riziko ztráty, ale i riziko zlepšení tržních podmínek, plynoucích ze změn na trzích. Změnu tržních rizik může způsobit řada faktorů například změna poptávky a nabídky zboží, změny míry spolupráce s dodavateli či odběrateli. Některé kontrakty mají ve smlouvách stanoveny ceny pohyblivé, což způsobuje samostatný problém stanovení, dle čeho se změna ceny určí. U tržních rizik můžeme pozorovat rozdílnost jednotlivých pod rizik, která jsou například spojena s efektem módy a samotnou citlivostí poptávky na změnu ceny (Ambrus, Rayfuse, & Werner, 2017; Černohorský, 2011; Machková, 2014).

6.3 Rizika komerční

Rizika komerční jsou rizika způsobená neplněním závazku mezi obchodními partnery. Nejedná se přímo jenom o vztah odběratel-dodavatel, ale zároveň například o vztahy mezi dopravci, poskytovateli logistických služeb či pojišťovny (míra spolehlivosti), kteří si najdou podmínky pro neplnění. Dobrou metodou pro snížení rizika je zapojení jednotlivých stran do procesu, obchodní partneři jsou tak často spokojenější s výsledkem. Hlavními pod riziky se dále stávají například rozdílné ekonomicko-právní prostředí a kulturně-sociální prostředí. Určité oblasti v rámci Země mají díky odlišným podmínkám k životu i odlišné sociokulturní chování. Zmírnění rizika lze docílit prověřováním obchodních partnerů a pojištěním rizik. Prověření rizik se tak stává základem. Society působící v daném odvětví nemusejí plně sdílet realnost zveřejněných

dat (Ambrus, Rayfuse, & Werner, 2017; Holátová, 2012; Jesenský, 2018; Kovács et al., 2021; Machková, 2014; Vidya & Taghizadeh-Hesary, 2021).

6.4 Riziko přepravní

Rizika přepravní v rámci mezinárodních operací představují převážně přepravu hmotného zboží. Za hmotné zboží často zodpovídá ten, kdo zboží v daný okamžik má na starost. Pro zamezení rizika se používá pojištění smlouvy a zároveň je důležité vymezení jasných podmínek ve smlouvách spojených s přepravou, ať už jde o prodávajícího, přepravce či kupujícího. Vymezení odpovědnosti je založené na doložkách, kdy například odpovědnost za zboží může přejímat kupující ve chvíli, kdy dopravce převezme zboží (Machková, 2014; Smejkal & Rais, 2013).

6.5 Autorské riziko

Riziko spojené s odcizením či napodobením firemních materiálů, vede ke ztrátě důvěry ve firmu. Zároveň firma ztrácí svou rozpoznatelnost vůči konkurenci. V konečném důsledku v současnosti dochází k častému porušování autorských práv. K porušení autorských práv spojených s videi a fotografiemi v Jižní Koreji došlo 593 083krát v roce 2019 a k doporučení nápravných opatření ve stejném roce Korejskou komisí pro autorská práva došlo 671 759krát. K porušení autorských práv může docházet, pokud obchod fotografuje své zákazníky, jak si zkouší oblečení a následně fotografie využije k propagaci oblečení. Může docházet i ke zcizení osobních fotografií. Dalším příkladem může být napodobení webových stránek či krádež fotografií výrobků podniku. Pro kontrolní orgán je náprava porušení práv velmi náročná, převážně na rozpoznání zcizených videí a fotografií z důvodu častých úprav. Z pohledu vývoje pirátských stránek studie ukazují jejich nadmíru a rychlý růst často překonávající snahy o dosažení spravedlnosti (De Miguel Asensio, 2020; Choi & Kwak, 2020; Jeong & Kwak, 2020; Kim & Kwak, 2021; Kim et al., 2021).

6.6 Riziko elektronické komunikace

Pro neustále posilující pozici globalizace stoupá množství propojenosti lidí, a tak se stáváme takzvanou globální vesnicí s propojeností kulturních, socio-politických, ekologických, bezpečnostních a ekonomických odlišností. S rizikem elektronické komunikace je spojeno riziko identifikace obchodního partnera či klienta nebo dodavatele. Existuje zde riziko, že třetí strana získá přístup k elektronické identitě klienta.

Třetí strana se pak následně může vydávat za klienta za pomoci jeho emailu, klientského účtu, ale i přístupu jako správce webových stránek (Bustreo, Germann, & Gilmore, 2022; Husovec, c2014; Vymětal, 2009).

6.7 Rizika spojená s poruchou elektronického systému firmy

Každý systém podléhá výskytu chyb. Chyby představují nejenom technologické, ekonomicko-politické a lidské chyby, ale i chyby úmyslně způsobené třetí stranou. Chyby technologické představují zejména výpadek sítě nebo selhání hardwaru. Ekonomicko-politické faktory způsobují spíše omezení než chyby a vážou se převážně s riziky teritoriálními. Lidský faktor chyb zde představuje nejenom špatnou manipulaci či neodbornou způsobilost, ale i manažérskou činnost a vliv třetí strany. Může se jednat o špatně nadefinovanou funkcionalitu webové stránky, překomplikovaný IS systém, špatný obsah webových stránek, ztráta internetového připojení, nedostatečné zabezpečení a další. Chyby vzniklé cizím přičiněním představují riziko hlavně v podobě ztráty či odcizení dat (LaCamera, 2020; Laudon & Traver, 2021; Suchánek, 2012).

6.8 Rizika teritoriální

Riziko teritoriální představuje celkovou makroekonomickou, živelnou a politickou neznámou pro určitou oblast. Rizika teritoriální se dají dále rozdělit na politické riziko, rizika spojená se živelnými pohromami, kurzové a měnové riziko a obchodní riziko. Politické riziko v sobě obsahuje negativní aspekty, které jsou blokáda, občanské nepokoje, stávky, válka a omezení dovozu. U obchodního rizika se vyskytují dílčí rizika, která působí primárně na obchodního partnera a sekundárně na tuzemský podnik. Například tak může jít o sopečnou činnost, lesní požár, převrat či snížení/zvýšení životního standardu obyvatel (Aba, 2021; Ambrus, Rayfuse, & Werner, 2017; Kalyuzhna, 2020; Machková, 2014; Oh & Oetzel, 2022; Petrová, 2021).

Nejmarkantnější bývají politická rizika, která mohou vést k omezení či úplnému hospodářskému úpadku, příkladem je Anglie, u které je zatím k 20. 11. 2020 nejistá situace s obchodními podmínkami s Evropskou unií. Dalším příkladem je Ukrajina, která zaznamenává nepříliš rostoucí trend obchodování s Evropskou unií k roku 2020. Nestabilita daného území může vést například k embargu. Některá teritoria mezi sebou vedou obchodní války a uvalují na sebe navzájem cla. Riziko teritoriální ve své podstatě ovlivňuje všechny formy podnikání spojené s danou oblastí Země. Omezení teritoriálního rizika se často stává prvním, které je třeba řešit (Aba, 2021; Ambrus, Rayfuse, & Werner,

2017; GOV.UK, c2020; Kalinichenko, 2021; Kalyuzhna, 2020; Machková, 2014; OECD, 2022; Petrová, 2021).

Podnikatelé při své činnosti vstupují do podobného či zcela odlišného prostředí jak z hlediska práva, tak i ekonomické a geopolitické situace v dané zemi. Prevence zde představuje především informovanost o dané oblasti. Riziko a export má přímý vztah, kde s růstem rizika se podnikatelé čím dál více zdráhají obchodovat s danou zemí. Podnikatel se tak zaměřuje na oblasti porozumění prostředí a informovanosti spojené s jeho činností. Podnikatel se také zaměřuje na to, jak v případě nečekané změny v dané oblasti bude jeho investice kryta, za tímto účelem může využít pojištění jako sekundární formu zajištění. Pokud by podnikatel nevyužil pojištění, tak se vystavuje riziku ztráty, která je způsobena politickým jednáním a nemusí své finanční prostředky dostat zpět. Pojištění spojené s teritoriálním rizikem je však jedno z nejkomplicovanějších. Problematika tvoří nejenom nejasnost, proti čemu všemu se pojistit, ale i kdo dané pojištění nabízí a v jaké míře. Největší problematikou je často nemožnost samotného pojištění proti konkrétní situaci. Oblast nutné informovanosti je tak velká, že pro danou oblast existují například ratingové firmy, které se snaží analyzovat možná rizika. Riziko lze také zmírnit diverzifikací trhů či celých hospodářských celků, na kterých podnik provádí hospodářskou činnost (Aba, 2021; Ambrus, Rayfuse, & Werner, 2017; Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s., c2022; Hopkins & Eilers, 2019; Kalyuzhna, 2020; Machková, 2014; Petrová, 2021).

6.9 Měnové riziko

Měnové riziko představuje nejistotu, při budoucím vývoji měny oproti měně podnikatelského subjektu. Náklady nebo naopak výnosy se tak mohou rychle změnit oproti očekávání. S měnovým rizikem je spojeno i riziko platebního moratoria, které může být i součástí rizika teritoriálního. Měnové páry jsou silně ovlivněny danou situací země nebo oblasti, kterou řídí ekonomika dané oblasti. Změny kurzu silně řeší, zda je země proexportní nebo ne. Podniky, které jsou v proexportních zemích, mají kurz nastaven tak, aby jejich produkty byly v zahraničí konkurenceschopnější. V případě, že dojde k změně, nastává pro podnik riziko, které může způsobit cenu, kterou nebudou ochotni obchodní partneři zaplatit (Jiang, 2021; Machková, 2014).

Pod rizikem měnovým je skryto i riziko inflační, které každý rok znehodnocuje měnu. Riziko působí nejvíce například na přímé investice, majetkové podíly a stavební

práce v zahraničí. Inflace v jednotlivých zemích i oblastech působí různě, jedná se především o rozdíl mezi vesnicí a městem. K větším odchylkám často dochází u větších zemí z důvodu jejich rozlohy. U rozvojových zemí může docházet až k úplnému znehodnocení měny. Naopak u vyspělých zemích je inflace držena na nízkém procentu. Prevencí se stává využívání úvěrů. Riziko měnové může způsobit i jiná země, která drží devizové rezervy dané země, ve které chce podnikatel uskutečnit svůj podnikatelský záměr (Bernoth, 2021; Jiang, 2021; Kalinichenko, 2021; Machková, 2014).

6.10 Finanční riziko

Představuje riziko, které je spojeno s nejistotou budoucího vývoje správy finančních prostředků. Finanční rizika představují soubor rizik, která jsou spojena s finančními toky podniku. Finanční rizika můžeme rozdělit na rizika likvidní, operační rizika, úvěrová rizika, tržní rizika, obchodní rizika. Likvidní riziko představuje situaci, kdy finanční partner například banka nemůže uhradit požadavek podniku v přijatelném časovém rozpětí. Likvidní riziko představuje i situaci, jak rychle je možné aktivum podniku směnit za peněžní prostředky. Operační rizika představují situaci, kdy podnik nemá dostatek finančních prostředků na provoz podniku. Úvěrové riziko je spojeno s rizikem splácení půjček. Obchodní riziko představuje situaci, kdy obchodní partner může změnit strukturu své činnosti (Bidzhoyan, Bogdanova, & Neklyudov, 2019; Černohorský, 2011; Kalinichenko, 2021; Mioducka & Małecka, 2019; Park, 2019).

6.11 Riziko odpovědnosti za produkt

Ve vyspělých zemích za škodu způsobenou spotřebiteli zodpovídá výrobce. Bezpečnost výrobku se tak při exportu stává jednou z nejdůležitějších podmínek udržitelnosti rozvoje podniku do budoucna. Prevencí proti riziku je pojištění. Samotná přeprava výrobku probíhá za pomoci dodacích doložek. Dodací doložky představují zkratky pravidel, kterými se budou smluvní strany řídit (*Hospodářská komora České republiky, c2017-2020; Machková, 2014*).

7 Metodika

Cílem diplomové práce je se zaměřit na rizika spojená s obchodní činností se zaměřením na elektronickou činnost zkoumané firmy. V diplomové práci se řeší rizika ze širšího hlediska se snahou ukázat komplexní pohled na rizika mezinárodních obchodních transakcí, a to i z hlediska často přehlíženého. V teoretické části je poukázáno, že množství rizik, která mohou podnik zasáhnout, je nespočetné. V realitě navíc často fungují v různých kombinacích. Firma, která je zkoumána z hlediska rizik zároveň pociťuje riziko ze svého zkoumání, a proto je anonymizována.

Zvolené metody zkoumání jsou dotazníková šetření, řízené rozhovory, pozorování, analýza vnitropodnikové dokumentace a legislativních norem.

Dotazníková šetření budou rozdělena na rozsáhlý dotazník pro vedení zkoumané firmy a krátké dotazníky pro firmy řešící mezistátní dopravu. Krátké dotazníky budou sloužit pro porovnání výsledků se zkoumanou firmou z hlediska elektronizace. Vzhledem k nižšímu počtu respondentů bylo hodnocení výzkumných tvrzení provedeno jen na tomto pozorovaném počtu.

Rozsáhlý dotazník vyplněný top managementem v počtu dvou manažerů je doplněn o řízený rozhovor s dvěma členy top managementu, na který navazují další rozhovory se zaměstnanci firmy podle vyplynulých rizik, tak že byli osloveni ti zaměstnanci, kteří se s daným rizikem setkali. Pracovní náplně dotazovaných zaměstnanců byly tři účetní, technik a sekretářka. Dotazníky a rozhovory v rámci zkoumané firmy byly řešeny osobními schůzkami.

Všichni dotazovaní mi vyšli vstříc a poskytli mi potřebné informace v mezích svých pravomocí a s přihlédnutím k bezpečnostním nařízením firmy. Dotazníkové šetření pro rozsáhlý dotazník probíhalo dne 30.7.2021. Řízené rozhovory probíhaly od 30.7.2021 do 30.4.2022.

Krátké dotazníky jsou zaměřeny na respondenty řešící dopravu bez ohledu na jejich zaměření a zároveň tak, aby splnily průřez od malých až po velké podniky. Šíření krátkých dotazníků bylo vzhledem k pandemií covid-19 řešeno tak, aby vyhovovalo respondentům. Distribuce krátkých dotazníků bude v papírové podobě vhozena do poštovních schránek respondentů a za pomoci elektronické komunikace rozeslána emaily. Devět respondentů z dotazovaných má sídlo v Jihočeském kraji, proto byla u nich využita

metoda doručení papírové podoby. U zbylých šesti byla využito doručení krátkého dotazníku za pomoci emailové komunikace. Celkový počet oslovených respondentů je stanoven na 15.

Dotazování u krátkých dotazníků probíhalo od 3.7.2020 do 15.12.2021. Z 15 vytipovaných firem jsem dostal 13 vyplněných dotazníků.

V rámci zkoumání firmy bylo provedeno pozorování a pozorování vnitřního a vnějšího prostředí podniku a analýza vnitropodnikové dokumentace. Výsledné poznatky byly porovnány s legislativními normami.

8 Anonymizace

Důvodem, proč je zkoumaná firma anonymizovaná, je z důvodu přístupu k citlivým informacím o zkoumaném podniku. Během zkoumání procesů podniku a hodnocení možných rizik, která by mohla nastat, se došlo k závěru, že diplomová práce by mohla případné konkurenci sloužit jako příliš silný podklad pro konkurenční válku. Zkoumaná firma podniká v prostředí, kde je málo konkurenčních firem, což bylo způsobeno zejména vládními omezeními. Podnik je tak jednoduché identifikovat i podle činnosti, proto přesná definice podnikové činnosti nebude v práci uvedena. Vládní omezení přispělo k rychlému uchopení trhu firmou. Následovala rychlá expanze do zahraničí, kde firma působí v rámci mnoha zemí EU a částečně působí i v USA. Důvodem expanze do zahraničí bylo převážně nedostatečné technické zázemí pro nalezení nových obchodních partnerů v České republice. Velký „exponenciální“ růst obrátu firmy způsobil nenadálý rozkvět firmy a firma se tak ocitá relativně v novém prostředí, což přináší mnohá nová rizika, ale i příležitosti. Nová rizika představují i novou konkurenci, s kterou se firma setkává. Oproti starším hráčům na trhu je firma méně zkušená a neví, jaký krok z jejich strany může očekávat.

9 Zkoumaná firma

Analýza informací z dotazníku a následných řízených rozhovorů je shrnuta v této kapitole, společně s informacemi získanými z vnitropodnikových dat. Získané poznatky jsou následně rozřizeny dle podkapitol pro lepší přehlednost.

Velikost firmy se pohybuje na pomezí malé a střední firmy. Hlavní vedení je tvořeno dvěma top manažéry. Firma působí v odvětví zpracování materiálu, zajišťuje činnost výkupu a zprostředkování ekologické likvidace zpracovaných materiálů. Jedním z cílů společnosti je snaha rozšířit udržitelnost přírodních zdrojů, za tímto účelem zkoumá co možná nejekologičtější recyklační techniky a postupy v návaznosti na co největší využití recyklátů. Mezi další významné cíle patří jak růst zkoumané firmy z hlediska rozsahu spolupráce, tak stabilizace na již získaných trzích.

Firma začíná působit na trzích s jinými obchodními, právními a kulturními aspekty. Z důvodu prodlužující se vzdálenosti dodavatelsko-odběratelských vztahů vniká nutnost přenesení komunikace z osobních setkání na elektronickou komunikaci za pomoci e-mailů, telekomunikace a komunikace za pomoci digitálního kamerového spojení. Zboží pro firmu představuje především recyklovaný materiál a suroviny získané z recyklace, které firma používá k prodeji a zpracování či za účelem očištění a vrácení ve své surové podobě dodavateli. Jednou ze základních činností podniku je zajištění přepravy recyklovaného materiálu.

Po expanzi a nárůstu obratu firma začala disponovat kapitálovou rezervou. Nárůst obratu přinesl i další povinnosti pro společnost jako je vykazování mezistátních obchodů na základě 244/2016 Sb. nařízení vlády ze dne 18. května 2016 k provedení některých ustanovení celního zákona v oblasti statistiky ve znění nařízení vlády č. 323/2018 Sb. Vláda podle § 70 odst. 2 zákona č. 242/2016 Sb., celní zákon vymezuje okruh vykazovaných údajů a náležitostí dokladu pro statistické účely podle přímo použitelného předpisu Evropské unie. Okruh vykazovaných údajů a náležitostí výkazu pro Intrastat je například doklad pro vedení statistiky v oblasti obchodu se zbožím mezi Českou republikou a jinými státy Evropské unie podle přímo použitelného předpisu Evropské unie.

Tento výkaz směřuje rovněž k elektronizaci celého systému obchodování, celní správa přijímá tento výkaz výhradně elektronicky po registraci zpravodajské jednotky.

Pro uživatelsky přijatelné prostředí pro respondenty zřídila Celní správa portál pro vkládání údajů Intrastatu. Vkládají se informace, jako je druh materiálu, zboží, recykláty atd., a pak jejich množství a jeho ocenění v českých korunách.

Obchodování mezi členskými státy s o ohledem na osvobození od daně z přidané hodnoty je pečlivě sledováno zejména z hlediska karuselových obchodů a krácení daně, vyžaduje tedy i od společnosti důslednou evidenci a prokazování hlavně vlastního přechodu – upotřebeného zboží přes hranice jednotlivých členských států a doložení dopravních nákladů spojených s dodáním zboží konečnému příjemci v jiném členském státu.

Z počátku firma převážela materiál osobně zapůjčenou dodávkou do recyklačních prostor, kde je veškerý materiál převzat odběratelem, zvážen a příjemce vystavuje dodací list – Begleitscheiben (firma nejvíce recykluje ve spolupráci s německými odběrateli), jde tedy o průkazné doložení předání materiálu v zahraničí. Dopravu dále prokazují přepravní listy – anexy – CMR, které rovněž obsahují druh zboží a jeho hmotnost, dodací podmínky, jména řidičů apod. Průkaznost vlastní přepravy zboží do zpracovny odběratele pak dále prokazují záznamy o místu a osobách zúčastněných při nakládce a vykládce recyklátů. Zajištění dopravy je zásadní podmínkou pro posouzení osvobození od daně z přidané hodnoty. Od vlastní dopravy firmou se pomalu ustupuje a nahrazuje jí smluvní přeprava prostřednictvím smluvních partnerů.

Veškerá dokladová komunikace probíhá elektronicky prostřednictvím emailů, skype (teams) a whatsapp, jak objednávky, faktury, dodací listy mezi firmou a obchodními partnery, tak mezi firmou a recyklátory jako zpracovateli materiálu.

Elektronicky vedené a evidované odpady jsou zpracovávány prostřednictvím programu EVI s návazností na elektronické hlášení o hospodaření s odpady. Stejně tak elektronicky vede firma účetní evidenci prostřednictvím programu POHODA, využívá elektronického bankovníctví nebo elektronickou komunikaci mezi úřady prostřednictvím datové schránky.

9.1 Rizika pocit'ovaná top manažéry

Během řízeného rozhovoru s manažery jsme probírali úskalí elektronických rizik. Mnoho rizik týkajících se obchodování se zahraničím, poukazuje na nutnost zajištění

chodu elektronických systémů firmy. Některá rizika, která manažéři pocítují jsou spojována s poněkud protiprávním chováním třetích stran, jako jsou například podvodné telefonáty.

9.2 Riziko spojené s uveřejněním vnitropodnikových informací

Top management se jednohlasně shodnul, že jako podstatné riziko pocítují únik vnitropodnikových informací. Vnitropodnikové informace představují významné know-how podniku, zvláště při značném nárůstu velikosti podniku.

Mnoho informací na internetu může být zneužito. Český statistický úřad uveřejnil pouhou míru obavy ze zaznamenávání internetové činnosti, která pro země eurozóny v roce 2020 činila 74,7 %. Toto číslo jednoznačně ukazuje na negativní zkušenosti respondentů s internetovou bezpečností.

Vzhledem k riziku, které jsem schopen omezit na relativní nulu, jsem se s vedením firmy domluvil na anonymizaci firmy pro snížení elektronického rizika spojeného s uveřejněním mé diplomové práce.

9.3 Zavedené systémy a postupy pro snížení rizika

9.3.1 Risk management

Hodnocením a minimalizováním rizik se ve firmách zabývá risk management. Ekonomické činnosti na sebe váží jistou míru rizika, která dle vývoje risk managementu nejde zcela eliminovat. Princip, který se zabývá snížením rizik či spíše dokonce eliminací rizik často nezaručí lepší finanční výsledky, ale naopak zvyšuje částky vynaložených nákladů ušlé příležitosti. Risk management s riziky pracuje v současnosti způsobem pochopení rizik a práce s riziky v rámci strategických plánů společnosti. V obecné rovině riziko představuje binární možnosti úspěchu nebo nezdaru.

Práce s rizikem v sobě zahrnuje činnost, která má za úkol přizpůsobit riziko tak, aby došlo k jeho akceptovatelnosti v rámci ekonomické činnosti. Například tak dochází k vyhýbání se riziku, přesouvání rizika na někoho jiného či samotná snaha o částečné omezení rizika. Omezení jednoho rizika však může zvýšit riziko druhé. Rizika je nutné omezit do takové míry, která je pro danou činnost akceptovatelná.

Ve zkoumané firmě risk management nemají. Jednotlivé postupy pro snížení a eliminaci rizika řeší top management, který není dále specializován pouze na určitý aspekt činnosti podniku. Ve firmě nedochází k tvorbě rizikových scénářů.

Doporučil bych například v rámci obchodních schůzek samostatně plánovat čas na diskuzi o rizicích a jejich předcházení.

9.3.2 Tržní rizika

Tržní rizika spojená s pohyby ceny zboží jsou pro firmu nepříliš významná. Ceny některých surovin sice ovlivňují krátkodobě rozdílnost tržeb, ale pevně stanovené smlouvy riziko snižují. Hlavním důvodem obav managementu z tržního rizika je zaměření firmy, kdy poptávka po jejich službách stoupá bez ohledu na situaci na trzích. Silným příkladem je období Covid-19, kdy zkoumaná firma nezaznamenala snížení poptávky. Hluboký propad cen by samozřejmě chod podniku ovlivnil, ale ne významně.

9.3.3 Riziko komerční

Komerční riziko pro zkoumanou firmu představuje potencionální riziko, hlavně z pohledu množství odběratelů, kde počet odběratelů tvoří pouze 5 podniků. Z daných 5 podniků jsou tři malé, jeden střední a jeden velký. Konkurenční výhodu zde představují smlouvy, které zaručují spolupráci mezi podniky.

9.3.4 Riziko informační

Mezi základní předpoklady snížení rizik je informovanost a jednoznačnost v rámci dané činnosti podniku. S informacemi se pojí riziko nedostatečných a nekompletních informací. Riziko nedostatečných informací způsobuje nedokonalá informovanost na trzích a množství různých zpracování dané informace. Riziko nekompletních informací může být způsobeno činností podniku, kde dochází ke špatnému skladování informací, komunikačnímu šumu či neodbornosti zaměstnanců.

Ve zkoumané firmě probíhá komunikace efektivně, jak seshora dolů, tak zespoda nahoru. Jednotlivé nápady zaměstnanců jsou oceněny vedením. Informace ze zahraničních trhů v daných teritoriích firma obstarává díky svým obchodním zástupcům

a partnerům či místním zaměstnancům. Tento systém firmě doposud efektivně splňoval veškeré informační požadavky.

9.3.5 Riziko přepravní

Rizikem přepravním hlavně rozumíme ztrátu zboží nebo její poškození při přepravě, dopravní nehodě nebo zcizení.

Zkoumané firmě množství přepravních rizik značně kleslo, přesunutím většiny přepravy na dodavatele. Přesun přepravy na dodavatele však v sobě také zahrnuje jisté komplikace, které jsou znatelné při dopravě z třetích zemích.

K březnu 2022 firma téměř samostatně nepřepravuje žádný sortiment ze své ekonomické činnosti. Rizika přepravní jsou minimalizována třístrannými smlouvami, které přenášejí většinu povinností na dodavatele. Vystává zde však jeden problém, který může v budoucnu značně ovlivnit dodavatelskou strukturu. Jedná se o dodavatele mimo Evropskou unii.

Problém, který firma řeší je problematika třístranného obchodu v jedné ze zemí mimo EU. Problém tvoří situace, kdy zboží není dopraveno kupujícímu, ale rovnou třetí straně. Vniká zde problém zdanění, který je spojen s dopravcem a otázka celních podmínek. Dovezené zboží úhrnem své hodnoty přesahuje částku 22 EUR a zároveň se nejedná o zboží osvobozené od dovozního cla.

Teoretickým řešením zde může být změna dopravce, tak že by se dopravcem stala zkoumaná firma nebo vytvoření skladu u odběratele. Tyto dvě možnosti jsou pouhými návrhy a k jejich uskutečnitelnosti by byl potřeba hlubší průzkum. Řešení tohoto problému však není předmětem mého zkoumání, proto se jím dále nebudu zabývat.

9.3.6 Riziko teritoriální

Riziko jako pandemie na odvětví firmy nemělo významný vliv. Trh i doposud byl proti pandemii v rámci dané firmy 100 % rezistentní a firma nezaznamenala žádné poklesy tržeb. Komplikace byly hlavně hygienického charakteru, obzvláště při pracovních cestách do zahraničí. Náklady na hygienické požadavky snížily zisk společnosti, nicméně v dané době došlo k výraznému růstu zkoumané firmy.

Riziko klimatické změny je značně sníženo diverzifikací firemního rozsahu. Vedení společnosti se tohoto rizika v dekadách let neobává.

Rizika kulturní a sociální odchylky způsobují rozdílnou požadovanou strukturu obchodního vztahu v jiném teritoriu. Zkoumaná firma pro minimalizaci rizik v tomto ohledu zaměstnává místně příslušné zaměstnance v dané oblasti působnosti firmy. Pokud bych měl situaci zhodnotit, tak si firma počíná velice dobře.

Největší teritoriální rizika zkoumaná firma pocítuje z Bulharska. Jedná se především o politickou situaci v zemi, kdy nastává mnoho legislativních změn. Jedná se o pohled managementu z konce roku 2021.

Vzhledem k těmto problémům bude vhodné v dané oblasti omezit investice a bedlivě hlídat situaci. Smlouvy situovat, tak aby docházelo k finančnímu plnění až po splnění podmínek, což zkoumaná firma ve svých smlouvách má. Firma často nemá ve svých smlouvách plnění přímo časově vázané, a to i z hlediska smluvních pokut, což shledávám pro Bulharsko jako dobrý krok. Firma je zde chráněna, převážně tím, že k finančnímu plnění dochází až po dodání zboží odběrateli.

Tržní riziko můžeme dále omezit z pohledu rizika neznalosti prostředí, které lze omezit za pomoci použití ratingových společností a informovanosti o oblasti například z EGAP nebo OECD, což je Organizace zaměřená pro hospodářskou spolupráci a rozvoj. OECD pro stanovení ratingu země používá model CRAM a data hodnotí několikrát do roka pro dosažení objektivních výsledků. Další omezení tržního rizika je za pomoci pojištění, kdy existují společnosti zaměřené na podporu a ochranu exportu, nazývají se exportní úvěrové agentury ve zkratce ECA. ECA poskytují i vládní půjčky a různé druhy pojištění a zajištění proti teritoriálním rizikům tuzemským podnikům, často jsou i financovány nějakou státní podporou pro export do cizích zemí. ECA jsou regulovány na mezinárodní úrovni, a tak je u nich omezeno riziko upřednostnění či korupce. Pravidla pro ECA jsou vymezena v Konsenzu OECD, kde OECD i dohlíží na implementaci norem a pravidel. OECD zároveň stanovuje pravidla pro stanovení jednotlivých pojistných sazeb. Za rizikovější země se často považují rozvojové země a zároveň i rozvojové a nové trhy. V České republice činnost exportní úvěrové agentury poskytuje společnost Exportní garanční a pojišťovací společnost ve zkratce EGAP, která i stanovuje rating zemí. Zkoumaná firma může využít i těchto služeb pro snížení teritoriálního rizika.

9.3.7 Měnové riziko

Podniky mohou využít pro omezení kurzového rizika volbu měny, operace v rámci devizových trhů, postoupení pohledávky, přidání do smlouvy měnové doložky a zvýšení ceny o možný kurzový rozdíl. Volba měny umožňuje podniku téměř nulové riziko za předpokladu, že využije svou domácí měnu. Často se využívá stabilní měna s nízkým rozptylem ceny. Využití devizového trhu umožňuje relativní zajištění za pomoci instrumentů, které představují například opce nebo swapy. Na druhé straně operace na devizovém trhu představuje další náklady pro podnik. Postoupení pohledávky za pomoci rychlosti snižuje riziko, ale vznikají další náklady. Měnové doložky jsou dnes spíše minulostí. Měnová doložka fungovala na principu vázání měny k jiné stabilní měně. Zvýšení ceny pro snížení rizika, tvoří pro obchodní partnery náklady navíc a je těžší jich dosáhnout.

Měnové riziko má zkoumaná firma řešené za pomoci nejlepšího kurzu dne od swapové banky. Zkoumaná firma tak v podstatě nepodstupuje kurzová rizika, neboť všem je placeno v jejich měně k ceně zboží v jejich zemi. Do budoucna zkoumaná firma plánuje dále snížit riziko za pomoci forwardů. Ačkoli teorie tvrdí, že úplná ochrana před kurzovým rizikem neexistuje, tak zkoumaná firma má nejenom zajištěný kurz, ale i rozdílnou cenu výrobků v rámci regionů.

9.3.8 Finanční rizika

Pro zhodnocení finančních rizik jsem zde použil jen několik ukazatelů. Z důvodu velkého růstu firmy, anonymizace, obecného pohledu a z hlediska pohledu na zhodnocení stavu rizik u zkoumané firmy. Ve své bakalářské práci na téma Finanční rovnováha vybraného podniku, jsem dospěl k názoru, že pro optimální pochopení podniku je potřeba stanovit mnoho finančních ukazatelů. Firma v současné době nedisponuje žádným podnikatelským úvěrem, zadluženost firmy tvoří pouze leasing.

Běžná likvidita (oběžná aktiva/krátkodobý cizí kapitál) představuje 3,44. Za optimální hodnotu se považuje přibližný výsledek ukazatele 2,1. Výsledek 3,44 ukazuje na jednoznačnou finanční rezervu. Okamžitá likvidita (peněžní prostředky/krátkodobý cizí kapitál) je 1,9. Za optimální hodnotu lze považovat i 0,5, která by měla být postačující pro optimální chod podniku, což ukazuje na dostatečnou hodnotu peněžních prostředků pro pokrytí operativních nákladů firmy. Poměr pohledávek a závazků se v průměru za

posledních 5 let pohybuje pod hranicí 0,7. Způsobuje to částečně nastavení termínů pro splatnosti, které jsou často delší u závazků než u pohledávek.

Při pohledu na výslednou hodnotu má podnik dostatečné zajištění finančních rizik. Je zde otázka, jestli pro dané zaměření podniku není potřeba dosahovat jiných hodnot u ukazatelů. Pro stanovení takových hodnot, by bylo však potřeba porovnat výsledné hodnoty s konkurencí. Konkurenčních firem je však velmi málo, a to i pro reprezentativní vzorek.

9.3.9 Riziko odpovědnosti za produkt

Riziko odpovědnosti za produkt je zde velice blízko nule. Zkoumaná firma při zjednodušení zaujímá pozici zprostředkovatele. Zboží tak dodává dodavatel. Zároveň se jedná ve většině případů o vztah B2B neboli vztah mezi firmami. Zkoumaná firma tak nepodstupuje mnoho rizik.

9.3.10 Podnikatelské riziko

Základem firemního úspěchu je vytvoření dlouhodobě udržitelného modelu rozvoje podniku. Stanovení vize a mise podniku a stanovení cíle, kterého má podnik dosáhnout. Je zde potřeba rozlišit mezi podnikatelským modelem a požadavky vlastníků, manažerů a zaměstnanců podniku. Pokud dojde k odklonění stanoveného cíle, musí management okamžitě vyhodnotit a stanovit novou cestu pro vytvoření udržitelného modelu rozvoje podniku. Většina firem se dostává do krachu právě díky nesprávnému podnikatelskému modelu.

Další možností omezení rizik je zapojení klienta do řešení jeho problému či při realizaci jeho zakázky. Klient si bez upozornění nemusí ani uvědomit problematiku svého požadavku. Naopak podnik si nemusí uvědomit rizika pocíťovaná klientem, pro odlišnosti způsobené odlišnými pohledy na svět. Zapojení klienta omezuje odchylku od požadavků klientů či odběratele a zvyšuje dlouhodobou pozitivní pověst podniku.

Firma má svůj jasný cíl, kterého chce dosáhnout a drží se ho. Ukazuje to také velká prosperita firmy. Firma efektivně propojuje dodavatele a odběratele, a tak je riziko nespokojenosti či nepochopení výsledku eliminováno.

Význačným řešením rizik je připravenost na jednotlivé rizikové situace, které mohou nastat. Následně se začne postupovat dle připraveného plánu. Rizikové situace si větší firmy často simulují, aby viděly, jaký bude mít riziko dopad na podnik. Podnik je tak připraven na riziko, a tak ho nemůže zaskočit. U rizik je však vždy možnost vzniku i velmi nepravděpodobných či nečekaných rizik i takových, na která se podnik nemůže připravit. Za základní krok snížení rizika se považuje analýza rizik, na kterou navazuje řízení rizik pro jejich akceptovatelnost.

Riziko zde vyplývá jen u netvoření krizových scénářů. V případě, kdyby se některé rizikové situace naplnily, tak bude mít firma značné zpoždění, než na ně zareaguje. Doporučil bych vytvořit tento krizový plán k riziku spojenému s odběrateli, kterých není mnoho. Z mého pohledu odběratelé představují značné riziko.

9.3.11 Obchodní riziko

Pro omezení obchodního rizika je dobré před vstupem na trh si vybudovat obchodní síť v daném teritoriu, kde je možné využití obchodních parterů pro zajištění informovanosti a zajištění reklamy podniku. Klientské sítě následně rostou mnohem rychleji.

Zkoumaná firma v prostředích pro firmu nových využívá místní obchodníky pro zlepšení povědomí o novém trhu. Nejmarkantnější rozdíl v obchodních postupech management zatím shledal v USA. Je to způsobeno převážně rozdílností, která se vytríbujví více oddělenými regiony od méně oddělených, příkladem mohou být ostrovní státy. Bez místního zástupce je velice obtížné na takovém trhu dlouhodobě prosperovat.

9.4 Rizika k řešení spojená s elektronizací

Při analýze rizik zkoumané firmy vyvstalo několik rizik, na které jsem se dále zaměřil v této podkapitole.

9.4.1 Riziko nezákonné duplikace materiálů na firemním webu

Firma se prezentuje na webu, kde si klienti mohou prohlédnou nabízené služby. Firma na svých stránkách nabízí množství informací spojených nejenom s recyklací.

Mimo svých webových stránek nabízí i aplikaci, která umožňuje pohled na složení materiálu a jeho přínos v případě recyklace. V aplikaci je také možné sledovat vývoj ceny jednotlivých materiálu v čase. Aplikace je přímo provázána s webem.

Top management má obavy z možnosti napodobení webových stránek nebo jejich části. Popřípadě duplikování aplikace konkurencí. Vzhledem k propracovanosti aplikace a její velmi dobře přijímaným designem v dodavatelsko-odběratelském řetězce, by její napodobení mohlo zhoršit získávání nových klientů.

Bezpečnost aplikace je zajištěna prostřednictvím nutnosti vytvoření účtu. Doporučil bych rozšíření ochrany, tak aby byl dále vázán na obchodní partnery a zaměstnance. Aplikace tak bude fungovat pouze osobám, kterým má sloužit. Pořád by zde hrozilo riziko, že někomu budou data ukradena, proto by dalším krokem mělo být dvou-faktorové zabezpečení, příkladem takového ověření je Google authenticator.

9.4.2 Nekalé praktiky třetích stran při telekomunikaci

Firma před několika lety měla problematické vztahy s některými klienty. Důvodem byly podvodné telefonáty. V telefonátech se někdo vydával za některé zaměstnance a hrubě nadával klientům. Následná domluvená schůzka s klientem byla rázem dosti vyostřená, zaměstnanci museli dokazovat, že s daným podvodným telefonátem nemají nic společného. Po určitém čase tyto podvodné telefonáty ustaly, a tak se i jejich viník přestal hledat.

Komunikace nejenom se zahraničními klienty se tak zakládá na principu prvního osobního setkání. Od tohoto firemního pravidla management neupustil ani během pandemie COVID-19 ani během pozorovaných let firmy 2020-2022. Pandemie COVID-19 zasáhla mnoho aspektů podnikání, zde nejvíce oblíbené Vánoční setkání spolupracujících firem.

Dalším způsobem omezení rizika, který firma může využít je uveřejnění oficiálních telefonních čísel, ze kterých bude firma své klienty kontaktovat a klienti tak mají jasný důkaz, že osoba, která jim volá, nemá nic společného s danou firmou. Telefonní číslo, ze kterého bylo nezákonně voláno klientovi musí předat policii a celou událost s nimi řešit.

Firma má telefonní čísla již dávno uveřejněna na svých webových stránkách i se jmény jejich nositelů.

9.4.3 Rizika spojená s uzavíráním smluv na dálku

Uzavírání smluv je značně ovlivněno nejenom právními normami, ale i množstvím socio-kulturních rozdílů. I přes značnou globalizaci je potřeba pochopit rozdílný postup v uzavírání smluv, rozdílný typ marketingu a samotný rozdíl v postupu obchodu. Komunikace na dálku často tento problém trochu prohlubuje. Některé země nutí ke změně barvy či sloganu zboží. Často je za tímto účelem využít odborník z dané země, který zaujímá roli obchodního partnera či franšizant.

Firma při obchodních jednáních mimo EU narazila na značný rozdíl v obchodním prostředí. Firmě komunikace na dálku neumožnila dosažení uzavření obchodních smluv. Jedná se o jeden z důvodů upřednostnění první komunikace v rámci osobního setkání. V některých Evropských zemích firma jmenuje své obchodní zástupce, kteří následně jednají v zájmech firmy.

Pro expanzi mimo Evropské země je potřeba vytvoření takzvané firemní základny. Jejím základem je pochopení daného trhu a norem v něm. Za tímto účelem je dobré najmout místní odborníky a marketéry a zpracovat postup pro nejlepší kroky vedoucí ke zdárnému přijetí značky a splnění firemních cílů. Firma by tak získala dodavatelsko-odběratelský řetěz.

Mnoho zemí využívá uzavírání smluv za pomoci ústních dohod, pro ně je elektronická komunikace velmi výhodná, jak z pohledu času, tak i nákladů. Firma tento druh uzavírání smluv využívá, ale pouze pro dílčí smlouvy.

Firma postupuje dobře, protože smlouvy založené na slovu často představují velké riziko, neboť neexistuje důkaz vzniku takové smlouvy (s výjimkou nahrávaných hovorů), který by smluvní strany nutil k plnění jejich smluvních povinností.

Aplikace whatsapp umožňuje firmě automaticky distribuovat firemní vzdělávací materiály a základní podklady pro jednání s obchodními zástupci. Whatsapp umožňuje firmě komunikovat se zákazníky a řeší marketing s již získanými klienty.

V aplikaci whatsapp existují jisté pochyby o dodržování soukromí, což v přenesení může působit problém s GDPR pro fyzické klienty firmy. Firma má větší část klientely v právnických osobách a fyzické osoby používající whatsapp s danými podmínkami souhlasí používáním aplikace. Whatsapp je poměrně mnohostranná aplikace, jedna

z jejich funkcí však umožňuje sledování komunikace. Lze propojit telefonní verzi a webovou verzi, kdy obě následně fungují synchronizovaně. Pokud se zaměstnanec zapomene odhlásit od veřejného počítače tak to představuje potenciální riziko.

Skype pro firmy v období pandemie nahradily Teamsy, které firmě umožňují pohodlnější práci se soubory. K podepisování dílčích smluv se využívá komunikace pomocí emailů.

AML vzhledem k povaze kontroly do značné míry přechází na bedra odběratelů. Zkoumaná firma si samozřejmě své dodavatele nejraději prověřuje při osobním kontaktu.

Využití metody pro ověření identity na dálku by firmě ušetřilo mnoho času, úsilí a finančních prostředků. Obzvláště biometrické ověření identity se považuje za dostatečné mnoha státními legislativami. Jedná se o jednoduchý proces, kde klient pro ověření své identity postupuje v jednoduchých krocích. Kroky na sebe často navazují za využití aplikace v mobilu. Za prvé vyfotí přední a zadní stranu dokladu totožnosti takzvané ID (musí být zaostřen a zblízka). Za druhé klient udělá své selfie. Za třetí klient udělá selfie se svým průkazem totožnosti. Toto je postup, který využívají někteří zahraniční brokeri. Jedná se o celkem běžnou praxi. Českým poskytovatelem biometrického ověření je například ADASTRA nebo idGuard.

Často používanou metodou, ale méně bezpečnou jsou elektronické podpisy například v rámci iSignum, kdy je identita klienta ověřena poskytovatelem služby. Program iSignum je prostředek pro práci s certifikáty, který umožňuje jejich obnovování instalaci a importování na jiná zařízení, než kde byli vytvořeny. Certifikáty jsou na zařízení ukládány do speciální oblasti, ke které nemají uživatelé přístup.

Pandemie Covid -19 přinesla celou řadu ověření identity občana, E-government, e-občanka, největší rozšíření mají bankovní identity a ověřování prostřednictvím datových schránek.

9.4.4 Riziko zcizení vnitro podnikových dat

S elektronickou komunikací je spojeno riziko úniku vnitropodnikových dat, která mohou být nejenom úmyslně odeslána někomu, kdo k nim nemá mít přístup, ale i zcizena úmyslně. Programy pro spolupráci v týmech na větší vzdálenosti jsou dobré z hlediska

efektivitu řešení konkrétního plánu, ale zvyšuje se u nich i šance na únik vnitropodnikových dat.

Firma pro svou bezpečnost využívá antivirový program a mají externího programátora, který pomáhá při spolupráci s jejich outsourcingovou firmou zajišťující činnost serverů.

Firemní přístupy a hesla moc nemění, což by bylo dobré změnit a nastavit si časové rozpětí, po kterém se přístupy a hesla změní. Časový úsek by měl být delší jak čtvrt až půl roku, ale zároveň kratší jak rok až rok a půl. V kratších intervalech si zaměstnanci nejsou schopni zapamatovat hesla, což vede k lístečkům s hesly. Následně to může vést až do situace, kdy mají zaměstnanci heslo nalepené na monitoru.

Vizuální hacking

Vizuální hacking představuje značné riziko pro únik dat. Osobně jsem se setkal s tím, že k opomenutí tohoto charakteru došlo i v bance, bez sebemenší reakce ze strany zaměstnankyně banky.

Oslovil jsem 5 zaměstnanců ze zkoumané firmy, výsledkem bylo, že 4 z nich si neuvědomovali, že takové riziko existuje. Následující 1 respondent zodpověděl, že si data na monitoru nikdo nedokáže relevantně spojit.

Riziko vizuálního hackingu spočívá převážně v tom, že si ho lidé ani neuvědomují. Doporučil bych školení o bezpečné práci s daty. Při práci v terénu bych doporučil používání filtrů, které omezují vzdálenost pro rozpoznání textu.

9.4.5 Riziko poruchy systému a ztráty dat

Technologické vybavení firmy

Omezení rizika spojeného s poruchou elektronického systému firmy je možné eliminovat za pomoci stanovení postupu monitoringu poruch a stanovení postupů při výskytu poruchy. Výhodné je simulovat situace, které mohou nastat a připravit k nim scénáře řešení. Technické poruchy jsou často rychle odhalitelné oproti chybovosti lidí. Poruchy v rámci komponentu LAN sítě neboli vnitřní sítě podniku, lze odhalit za pomoci sofistikovaných software, které danou technickou poruchu odhalí. Chyby lidského

faktoru jsou hůře odhalitelné, tak je důležité sledovat odbornou způsobilost personálu a zajišťovat školení v oboru IT.

Základními prvky poruchy systému či ztráty dat je samotná manipulace se zařízením. Firma pracuje se standartními kancelářskými notebooky a monitorovými počítači. Notebooky firma využívá i pro práci v terénu. Servery, přes které běží webové stránky a firemní aplikace, jsou fyzicky oddělené od samostatné sítě LAN pro vnitropodnikové procesy. Z vnitropodnikové sítě se dá propojit se servery, ale údržba a správa webových stránek a k nim přidružené aplikace probíhá za pomoci převážně externích pracovníků.

U monitorových počítačů je často podceňované riziko přerušení elektrického proudu, které často bývá příčinou ztráty dat či pádu celé sítě LAN. Počítače bez baterie jsou bezpochyby rizikové, k výpadku proudu pro počítač dochází často obyčejnou neopatrností při manipulaci u zásuvky či přetížením sítě.

Doporučil bych zde pořízení počítačů s baterií. Notebooky či obecně počítače s baterií jsou mnohem bezpečnější. Programy na obnovu dat sice zálohují práci každou chvíli, ale to se už jedná o dosti krizovou možnost. Počítače se zrcadlením paměti u dvojitých pamětí či podobné varianty nedoporučuji z důvodu vyskytujících se chyb ze strany operačního systému. Setkal jsem se se situací, kde aktualizace Windows vymazala veškerá data z počítače, protože nebyla uzpůsobena bezpečnostním prvkům firmy. Základním pravidlem číslo jedna každé firmy by mělo být zálohování dat na externí zařízení a papírová archivace (například kupní smlouvy). Neboť stále nejsme v době kde veškeré činnosti firmy a podklady k nim se dají uchovávat pouze v elektronické formě, neboť elektronická forma v některých případech postrádá stejnou právní hodnotu jako originál. Zálohování se dá zautomatizovat na zálohování veškerých dat k určité hodině.

Paměti počítače či externího disku hrozí ztráta dat hrubým zacházením. Paměťové disky jsou náchylné na otřesy a veliké změny teplot. Doporučení tedy zní omezit práci na počítačích při dopravě a využití modernějších SSD disků, které jsou odolnější obzvláště na mechanické poškození. Počítače, které jsou během cesty vypnuté, jsou tak zároveň k cestě připravené, když se s nimi cestou pracuje, není mechanika zabezpečena proti otřesům. Zároveň je potřeba nechat počítač přizpůsobit změnám teplot (u velkých výkyvů teplot) a nepodcenit chlazení.

9.5 Webová stránka firmy

Webové stránky zkoumané firmy jsou hezky přehledně uspořádány. Poskytují dostatek informací jak pro dodavatele materiálu, tak pro jejich odběratele. Na webových stránkách je ukázán postup některých zpracovatelských postupů. Firma podporuje některé akce, a tak je na svých stránkách i propaguje. Svůj ekologický cíl propaguje i na svých webových stránkách. Velkou předností je vícejazyčnost webových stránek.

Zkoumaná firma má povinnost zveřejňovat v obchodním rejstříku, který představuje portálu Justice.cz své výkazy dle své velikosti účetní jednotky dle zákona o účetnictví č. 563/1991 Sb. Větší firmy si své obchodní partnery často kontrolují, dle výkazů, které na stránce zveřejní. Pokud na stránce nejsou dokumenty vloženy, často se předpokládá, že daná firma něco skrývá. Mnohem častější důvod nezveřejnění skutečností, zvláště u malých podniků, je neznalost subjektů, že taková povinnost vlastně existuje, v současné době nezveřejnění účetních výkazů v obchodním rejstříku je i důvodem daňové kontroly ze strany finančního úřadu.

Firma má veškerou dokumentaci na obchodním rejstříku v pořádku a je v požadovaném rozsahu. Dokumenty jsou správně spojeny do jednoho souboru a strany výkazů jdou správně za sebou.

Soubory cookies

Od 1. 1. 2022 došlo ke změně zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, který upravuje možnost používání souborů cookies. Změna spočívá v nutnosti souhlasu od návštěvníka webu s používáním souborů cookies, které musí být ve vyskakovací liště aktivně odsouhlaseny. Nesmí být podmínkou návštěvnosti webu. Výjimku tvoří takzvané nezbytné (technické) cookies, které jsou nezbytné pro správné fungování webové stránky. Kategorie cookies, které potřebují souhlas návštěvníka, představují marketingové, analytické a preferenční získávání informací o návštěvníkovi webu.

Firma má zatím cookies ve formě, která je na pomezí splnění nového znění zákona. Doporučil jsem, aby schválení cookies udělali ve formě odškrtnutí, s jakými cookies návštěvník souhlasí nebo pouze používání nezbytných cookies. Je to z důvodu, prozatím nízce úrovně využití získaných dat pro další účely zpracování.

GDPR

Zákon č. 110/2019 Sb. zákon o zpracování osobních údajů upravuje povinnosti nejenom firem ale i fyzických osob, které musí při správě osobních údajů používat správný postup. Zkoumaná firma má zpracované směrnice, jak s osobními daty nakládá a v jakém rozsahu je sbírá.

Vlastní a převzatý obsah

Omezení autorského rizika je velmi komplikované z důvodu velké nesymetrie v legislativách zemí po celém světě. V případě, kdy zjistíme, že došlo k porušení zákona, je potřeba skutečnost ohlásit neprodleně příslušnému úřadu.

Zpracování webových stránek je sice prací mnoha lidí, ale plán, jak mají vypadat, tvořilo samotné vedení. Veškeré fotografické materiály na webových stránkách jsou dílem zaměstnanců, popřípadě externích fotografů a grafiků. Firma je tak autorem všech materiálů na stránkách a má na své dílo autorské právo. Za převzatý obsah se můžou považovat pouze loga partnerů nebo sponzorovaných akcí. Za reklamu třetích stran se dají považovat i obrázky loga partnerů. Pro propagaci partnerů i sportovních akcí mají souhlasy všech zúčastněných stran.

Rozebírání citlivých informací

Webové stránky neobsahují možnost vkládání komentářů. Z tohoto hlediska zde nehrozí žádné riziko, že by někdo mohl například v oddělení příspěvků vložit příspěvek, který by porušil autorské právo nebo zveřejnil citlivá data.

Řešení obchodních podmínek

Na webových stránkách není přímo odkaz na obchodní podmínky, ale obchodní podmínky se domlouvají až na základě individuálních potřeb klienta. Sice to představuje zdouhavější proces, ale umožňuje to větší flexibilitu při tvorbě smluv, která je potřeba vzhledem k růstu zkoumané firmy.

Riziko špatně nadefinovaných stránek

Riziko špatně nadefinované funkce stránek je zde velmi nízké z důvodu využití odborné firmy z oboru tvorby webových stránek a jejich správy. Tato IT firma se stará, aby u webových stránek nedošlo k poruše a případné chyby hned opravují.

Riziko pádu webové stránky řešení serverů

Zkoumaná firma má servery ve správě IT firmy, která poskytuje komplexní servis. Chaching dle IT firmy není potřeba, protože návštěvnost není veliká. DoS a DDos dle IT firmy se u některých jejich klientů objevují, ale servery, co spravují tento nápor v klidu zvládnou. Firma, bezpečností rizika odolnosti serverů proti útočníkům, řeší za pomoci odborníků, což představuje jednu z nejvyšších úrovní ochrany.

9.6 Podnikové procesy přípravy dokumentace pro přepravu

Podnikové procesy představují základ přípravy obchodních dokumentů a podkladů pro ně. Přednostně se zaměřím na proces přípravy CRM a zpracování dokumentace potřebné pro přepravu v rámci zemí EU.

Proces vytvoření přepravní dokumentace je v prvním kroku vázán na dodavatele, který naskladní zboží v dostatečném množství, aby se doprava vyplatila. Vzhledem k velkým vzdálenostem některých dodavatelů, tvoří přepravní náklady poměrně významnou část výsledné ceny zboží. Po přijetí emailového potvrzení od dodavatelů, fakturantka zkontroluje kompletnost dat vyplněných ve formě formuláře. Pokud jsou data kompletní začnou se vyplňovat dokumenty. Dokumentace je tvořena zvacím dopisem a anexem, ke kterým se připojí CRM dokument. Následuje sloučení dokumentace a odeslání dodavateli, který je zároveň přepravce.

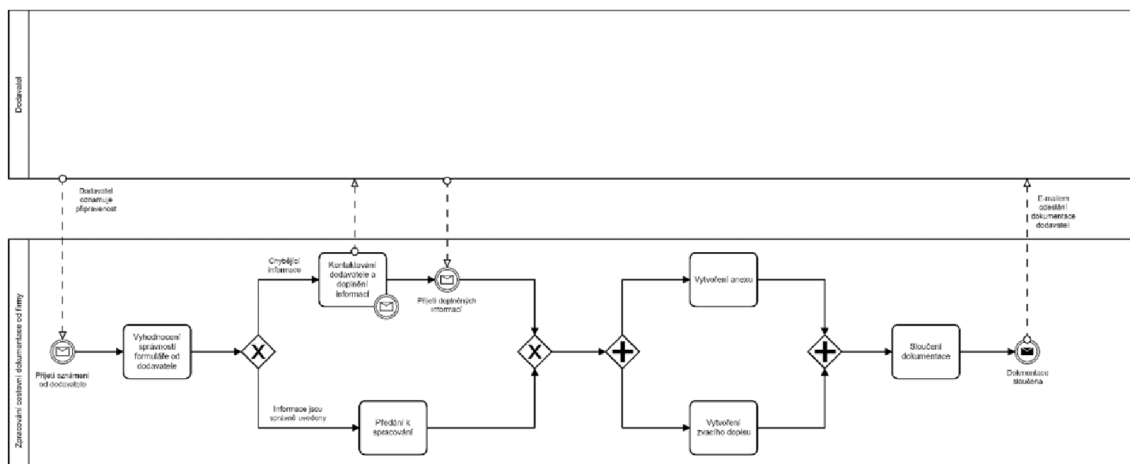
Rizika, která se zde dle pozorování vyskytují se často týkají chybějících informací v oznámení dodavatele. Dalším rizikem je vytváření dokumentace jedním zaměstnancem, stejně jako emaily ve firmě, které nejsou archivovány ani členěny. Chybějící informace pro přepravu stejně jako nízká míra rychlé nahraditelnosti fakturantky, znamenají zpoždění či částečný výpadek vyhotovení přepravní dokumentace. Pokud by se tak stalo

dochází ke zpoždění dodávek nebo k pokutám pro dodavatele, což v obou případech vede ke snížení obchodní důvěryhodnosti z pohledu dodavatelů. Dokumentace jako taková by měla být tvořena dopravcem, ve zkoumané firmě jde o poskytování nadstandartní služby pro lepší spolupráci s odběrateli. Nevytváření archivace emailů a jejich členění představuje zanedbatelné riziko, vzhledem k tvorbě přepravní dokumentace. U ní dochází ke kontrole i dodavatelem a pro časté doplňování informací po telefonu nemají dostatečnou výpovědní hodnotu. Nicméně emailová komunikace by se měla archivovat na externí zařízení, každá zpráva něco dokazuje a v případě dokazování například u soudu se dá výhodně použít.

Za účelem zefektivnění a snížení rizika jsem navrhl vytvoření formuláře, ve kterém budou zahrnuty veškeré potřebné informace pro vytvoření přepravní dokumentace. Pro jednoznačnost a nalezení jsem ho doporučil umístit na stránky společnosti ve verzích jazyků, ve kterých má zkoumaná firma své obchodní partnery. Dále bych doporučil zaškolení zaměstnance, který by fakturantku mohl například v případě nemoci zastoupit. Dále bych navrhl možnost automatizace tvorby podkladů za přispění webu.

Proces: Vytvoření přepravní dokumentace z role firmy a dodavatele

Schéma 1: Proces vytvoření představení dokumentace z role firmy a dodavatele



Zdroj: vlastní zpracování.

9.7 Komparace s dotazníky ostatních firem

V této podkapitole budu analyzovat nejenom získané informace o zkoumané firmě, ale doplním je i o informace získané z krátkých dotazníků viz. příloha 2., které mi poslouží k porovnání stejného či odlišného přístupu zkoumané firmy k daným problematikám.

V krátkých dotaznicích jsem se zaměřil na firmy, které by mohly řešit podobné problémy jako zkoumaná firma, převážně jsem se zaměřil na spojitost firem s mezinárodní dopravou v rámci eurozóny.

Z krátkých dotazníků určených pro firmy řešící mezistátní dopravu vyšlo, že 6 z 13 firem nevyužívá při tvorbě smluv třetí strany. Přičemž 1 firma z oněch 6 má právníka přímo zaměstnaného ve své firmě. Ze zkoumaného vzorku vyplývá, že 38,46 % dotázaných firem nepoužívá právní služby. Z dotazovaných respondentů 4 provádějí přepravu mimo EU, přičemž 3 z nich využívají právních služeb, což představuje 75 %.

Důvod proč 4 respondenti nevyužívají právních služeb je velmi dobrá znalost dané země. Tuto informaci jsem získal nad rámec dotazníkového šetření přímo od respondenta.

Zkoumaná firma podniká z největší části v rámci eurozóny, jen zhruba z 20 % podniká mimo eurozónu. Z krátkých dotazníků vyplývá, že by firma provozující přepravu mimo eurozónu měla mít nějakou formu právního servisu. Zkoumaná firma využívá právních služeb ve všech odvětvích své činnosti. Zkoumané firmě se tak výrazně snižují rizika spojená s právem.

Elektronická celní dokumentace představuje situaci, kdy řidiči dokumentaci nemají u sebe v papírové formě. Celní úřad danou dokumentaci, musí evidovat před začátkem přepravy. V krátkých dotaznicích 3 z 13 respondentů zodpověděli, že elektronickou metodu celního řízení využívají. Procentuální vyjádření je tedy 23,07 %, což poukazuje na malý rozsah současného využívání, pro značnou administrativní náročnost registrace a skládání celních jistin, snaha elektronizace však bude respondenty nutit tuto možnost plně využívat.

Zkoumaná firma v současné době elektronické celní řízení nevyužívá. Převážnou část přeprav si zajišťují dodavatelé sami. Dokumentace, která je spojena s přepravou je zkoumanou firmou tvořena pro jejich dodavatele. Při porovnání s respondenty krátkých dotazníků vidíme spojitost s většinovým názorem přepravců.

Respondenti krátkých dotazníků ve 100 % zodpověděli, že využívají nějaký druh informačního systému. Žádný systém informačního postupu či elektronický informační systém se neopakoval. Jednoznačnost odpovědí poukazuje na nutnost IS v přepravním odvětví. Zkoumaná firma využívá informační systém, který neustále zlepšuje. Firma nemá plně propojený elektronický informační systém, ale spíše postupy spojené s jednotlivými programy, které využívá.

Zálohování dat a riziko jsou si velice blízko, neboť ztráta dat vede k velkým rizikům pro firmy. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že z 13 respondentů vedou pouze papírové zálohy 4 respondenti, což představuje 30,77 %. 3 respondenti zodpověděli, že využívají jak elektronického, tak i papírového zálohování dat, což představuje 23,07 %. Nejpočetnější odpovědí je využití elektronického zálohování s počtem odpovědí 6 představujících 46,15 %. Nikdo z respondentů nenapsal, že data nezalohuje. Z odpovědí je patrné, že zálohování je nezbytné, převládá elektronické zálohování dat.

Zkoumaná firma provádí zálohování, za principu rozdělení dle důležitosti dat. Více jsou zálohována data, která mají větší prioritu. Jedná se jak o četnost záloh, tak i o jejich pravidelnost. Data s nižší prioritou jsou zálohována méně často a nemusejí být zálohována na zvláštní uložení. Data jsou ve firmě zálohována z největší části v elektronické podobě a v menším měřítku v papírové podobě. Zkoumaná firma se tak pohybuje v převažujícím názoru na zálohování dat.

Elektronizace podnikových dokumentů se stává čím dál častějším tématem pro řešení firmami. Dokazuje to i zkoumaný vzorek firem, kde 23,07 % pouze 3 ze 13 zatím neřeší elektronizaci dokumentů. Převládající většina 76,93 % ukazuje, že je výhodnější převedení papírové dokumentace na elektronickou, aspoň z větší části.

Zkoumaná firma mnoho podnikových dokumentů přímo tvoří v elektronické podobě. Převod papírového záznamu na digitální provádí v případech, kdy daný dokument splňuje určité podmínky nezbytnosti pro zkoumanou firmu.

V krátkých dotaznících 7 z 13 firem zodpovědělo, že nepoužívá soubory cookies. Firmy u svých stránek nepotřebují cookies za předpokladu, kdy není potřeba řešit jakoukoli kooperaci s webovými stránkami. Klienti se tak v 53,85 % musí domluvit na spolupráci fyzicky či poštou nebo za pomoci e-mailu či telefonu. Nepotřebnost cookies v nadpoloviční většině se zde objevila, zřejmě z důvodu nezkoumání klasických přepravních firem s balíky jako je například PPL. Další možností takového výsledku je

nové legislativní nařízení k souborům cookies. Dodatečný průzkum přepravních firem s balíky ukázal, že 5 z 5 navštívených webových stránek využívají souborů cookies.

Zkoumaná firma na svých webových stránkách využívá souborů cookies v nezbytné míře pro správné fungování stránek. Nejde zde s většinovým názorem dotazovaných respondentů, ale na druhou stranu lepší funkcionalita webových stránek působí jednoznačně lépe, zvláště pak u mezinárodní firmy.

9.8 Elektronické obchodování

Nejběžnějším typem elektronického obchodování jsou e-shopy, které mají na své platformě zabudovaný celý proces prodeje výrobku. Zkoumaná firma se zabývá i nákupem a pro spojení zákazníka s dodavatelem by se tento systém nevyplatil. Jedná se především o nutnost velkých skladovacích prostor. Pod pojmem elektronické obchodování si řada lidí představí burzu. Burza představuje střed poptávky a nabídky rozličných finančních aktiv a instrumentů. Zkoumaná firma přímo na burze nevystupuje, ale dat s ní spojených využívá ve svém podnikání. U některých činností zkoumané firmy je potřeba stanovení ceny. Z důvodu nestrannosti je stanovena cena dle ceny na burze.

Elektronické obchodování ve zkoumané firmě je převážnou částí tvořeno B2B, B2C, C2B vztahy. Jednotlivé vztahy jsou tvořeny za pomoci elektronických zařízení, kde firma vystupuje ať už v roli subjektů vystupují firmy nebo jako zákazník, obě pozice se mohou připojit na webovou stránku firmy či využít firemní aplikace. Webové stránky umožňují prohlížení nabídky zboží a služeb, které zkoumaná firma nebo její obchodní partneři nabízejí. Firemní aplikace rozšiřuje informace z webu o mnoho užitečných dat.

U elektronického obchodování nastává situace, kdy někteří lidé využívají elektronického prostoru pro trestnou činnost. Nejedná se pouze o viry, červy atd., ale často se může jednat například i o falešné emaily.

Základním kamenem ochrany proti internetovým útokům je prevence v podobě dodržování bezpečnostních pravidel zacházení s citlivými daty na internetu a antivirová ochrana, která musí být pravidelně aktualizována. Čím starší je antivirus, tím je vyšší šance na jeho prolomení. Neustálý růst množství virů, červů, trojských koní vede k nutnosti ověřování certifikace internetového prvku a ověřování elektronických podpisů a jejich používání při elektronické komunikaci.

Závěr

Nezbytnost řešení rizik zvláště v podnikání se stává nezbytnou součástí ekonomických aktivit každé firmy. Stanovení a vyhodnocení rizik plynoucí nejen z mezinárodních obchodních transakcí podniku je nezbytné pro chod celého podniku, jeho rozvoj, ekonomickou stabilitu a prosperitu na trhu.

Cílem diplomové práce bylo zaměřit se na rizika spojená s obchodní činností se zaměřením na elektronickou činnost zkoumané firmy. V diplomové práci se řešila rizika ze širšího hlediska se snahou ukázat ucelený pohled na rizika mezinárodních obchodních transakcí.

Rizika, která zkoumaná firma pocítuje nejvíce, jsou především vázána na bezpečnost dat. Za tímto účelem jsem poukázal na možná zabezpečení pro zvýšení bezpečnosti práce s citlivými informacemi vnitropodnikových procesů. Za podstatná doporučení považuji školení zaměstnanců o bezpečné práci s citlivými daty, softwarové řešení bezpečnosti, využití hardwaru s funkcemi proti fyzickému poškození, certifikovanou internetovou komunikaci, dále dvou-faktorové zabezpečení a využití kvalitní antivirové ochrany. U ověřování ID na dálku může firma využít nespočet programů, mezi české patří například ADAstra a idGuard.

Podnik má efektivně řešený informační systém, přičemž dochází k duplikování dokladů 99 % záměrně za účelem procesu archivace. Firemní systém rozdělení dokumentů dle důležitosti působí pro pozorovatele z venku poněkud chaoticky, ale přijde mi jako velice efektivní v pojetí zkoumané firmy.

Při porovnání zkoumané firmy a nerelevantního vzorku firem řešící dopravu vyplynulo, že zkoumaná firma spadá pod většinový názor na jednotlivé odpovědi, až na používání souborů cookies, kde se od většiny liší právě jejich využitím. Za optimální pohled tak vyvstává názor na zálohování dat, využívání informačního systému a elektronizací podnikových dokumentů.

Souhrnem rizik, která považuji za zásadní pro projednání a řešení managementem firmy se staly především rizika: riziko nezákonné duplikace materiálů na webu, rizika spojená s uzavíráním smluv na dálku, riziko zcizení vnitropodnikových dat, riziko poruchy systému a ztráty dat. Rizika, která doporučuji k projednání, ale riziko s nimi

spojené v současnosti není tak veliké jsou riziko komerční, riziko přepravní, teritoriální riziko, podnikatelské riziko, obchodní riziko.

Rizika nezákonné duplikace materiálů na webu a vytvoření falešného webu je pocíťována převážně top managementem podniku. Bohužel větší firmy na toto riziko upozorňují čím dál častěji a stupňuje se množství podvodných webových stránek. Rizika spojená s uzavíráním smluv na dálku má firma řešena v rámci osobního fyzického jednání v rámci prvního jednání. Elektronická komunikace však má mírné mezery, které souvisejí se slabším ověřením například chybí elektronický podpis či certifikát. Riziko zcizení vnitropodnikových dat z pohledu vnějšího zásahu je málo pravděpodobné vzhledem k využití odborných IT služeb. Problém nastává v možnosti odcizení nepozorností zaměstnanců, kdy si většina zaměstnanců rizika jako je vizuální hacking ani neuvědomuje. Riziko poruchy systému a ztráty dat ve zkoumané firmě pocíťuji hlavně ve využívání počítačů bez baterie, které při výpadku elektrického proudu spadnou. Zkoumané firmě jsem proto doporučil, soustředit se především na zabezpečení elektronických operací na webu, zajištění kvalitních softwarových i hardwarových opatření, aktualizaci cookies, zveřejněním funkčních telefonních čísel a osobních kontaktů na přímé zástupce nebo zaměstnance firmy a uveřejnění URL webové stránky. Stejně tak bych doporučil prohlubování znalostí zaměstnanců a firemních spolupracovníků o možných rizicích a jejich prevenci. Používáním nejnovějších technologií a znalostí v oboru se rizikům vyhýbá nejsnáze, zastaralé programové a technické zařízení samo o sobě nese rizika různých zneužití a obcházení mezer. Doporučuji firmě dále rozvíjet webové stránky a aplikace se všemi prvky zabezpečení příkladem může být použití Google authenticator, provádět pravidelná školení zaměstnanců a nadále zlepšovat vztahy z obchodními partnery, zákazníky, dopravci a zprostředkovateli.

Mezi rizika doporučená k projednání jsou rizika, která není snadné vyřešit v krátkém časovém horizontu. Riziko komerční není úplně možné v současné době řešit, protože je spojeno převážně se situací na trhu, kterou zkoumaná firma neovlivní. Doporučit zde můžu zaměření se i na jiný trh, což by vedlo k větší stabilitě firmy, ale to by v zásadě zase vedlo k poklesu zisku. Riziko přepravní zde nepředstavuje v zásadě předmět mého zkoumání, ale mé doporučení do budoucna je, aby management vytvořil nový systém pro přepravu ze zemí mimo EU. Teritoriální riziko má firma značně omezené. Přesto bych rád doporučil zvážení možnosti využití služeb a dat organizací jako

jsou EGAP, OECD a exportní úvěrové agentury. Podnikatelské riziko obecněji spíše riziko nepřipravenosti na budoucí vývoj, ve které jsem pozorovat malý nedostatek v připravenosti na krizové situace. V současné době to nemusí tvořit problém, ale v delším horizontu chce počítat s možnými změnami, aby zkoumané firmě pak nezbývaly jen velmi nevýhodné varianty řešení vzniklého problému. Obchodní riziko zde představuje riziko, které se jeví spíše k řešení v budoucnu. Riziko představuje rozdílné obchodní a kulturní chápání v odlišných částech světa. Zkoumaná firma by měla zaškolit zaměstnance na jinou metodiku daného regionu a zaměstnat místně příslušného odborníka na obchod a právo před vstupem na silně odlišný socio-kulturní region.

Závěrem bych chtěl říct, že při zkoumání firmy jsem s managementem narazil na mnoho rizik a úskalí. Zkoumaná firma si s velkou částí rizik poradila velice chytře. Z teoretických poznatků jsem čekal velké množství velkých rizik v rizicích tržních, teritoriálních, přepravních a měnových. Zkoumaná firma však rizika z těchto kategorií silně zredukovala na relativní minimum jednak malým počtem zaměstnanců ale i významným postavením na trhu, ale zejména tím, že si značnou část překládaných rizik sami uvědomují a již organizačně ekonomickým přístupem přispívají a přispěli k jejich řešení.

Summary a keywords

The necessity to address risks, especially in business, is becoming an essential part of every company's economic activities. Determination and evaluation of risks arising not only from international business transactions of a company is essential for the operation of the entire enterprise, its development, economic stability and prosperity on the market.

The aim of the thesis was to focus on the risks associated with business activities with a focus on the electronic activities of the company under study. The thesis addressed risks from a broader perspective in an attempt to show a comprehensive view of the risks of international business transactions.

The risks that the researched firm feels most strongly are mainly related to data security. To this end, I have pointed out possible safeguards to enhance the security of working with sensitive information of internal company processes. I consider the essential recommendations to be training of employees on safe work with sensitive data, software security solutions, the use of hardware with features against physical damage, certified Internet communication, as well as two-factor security and the use of quality antivirus protection. For remote ID authentication, a company can use a myriad of programs, including ADAstra and idGuard.

The company has an efficiently designed information system, with 99% of documents being duplicated deliberately for the purpose of the archiving process. The company's system of dividing documents according to importance looks somewhat chaotic to an outside observer, but it seems to me to be very effective in the concept of the company under study.

A comparison of the researched firm and a non-relevant sample of firms dealing with transport showed that the researched firm falls under the majority view on each answer, except for the use of cookies, where it differs from the majority just in its use of cookies. The optimal view thus emerges as the view on data backup, use of information system and computerization of company documents.

In summary, the risks that I consider essential to be discussed and addressed by the management of the company became mainly the following risks: the risk of illegal duplication of materials on the web, the risks associated with remote contracting, the risk of theft of internal data, the risk of system failure and data loss. Risks that I recommend

for consideration but the risk associated with them is not currently as great as commercial risk, transportation risk, territorial risk, business risk, commercial risk.

The risks of illegal duplication of materials on the web and the creation of a fake web site are mainly felt by the top management of the company. Unfortunately, larger companies are becoming increasingly aware of this risk and the number of fraudulent websites is increasing. The risks associated with remote contracting are addressed by the company in a face-to-face physical meeting in the first meeting. However, electronic communication has slight loopholes related to weaker authentication, for example the lack of an electronic signature or certificate. The risk of theft of internal company data in terms of external interference is unlikely due to the use of professional IT services. The problem arises in the possibility of theft by employee inattention, where most employees are not even aware of risks such as visual hacking. The risk of system failure and data loss in the company under study is mainly felt in the use of computers without batteries, which crash during a power outage. Therefore, I recommended that the firm under review focus primarily on securing electronic operations on the web site, ensuring quality software and hardware measures, updating cookies, posting working phone numbers and personal contacts for direct representatives or employees of the firm, and posting the URL of the web site. Similarly, I would recommend increasing the knowledge of employees and company associates about potential risks and how to prevent them. By using the latest technology and industry knowledge, risks are most easily avoided; outdated software and hardware itself carries risks of various exploits and loophole workarounds. I recommend the company to further develop the website and applications with all security features example is the use of google authenticator, conduct regular employee training and continue to improve relationships with business partners, customers, carriers and brokers.

Risks recommended for discussion include risks that are not easily resolved in the short term. The commercial risk cannot be fully addressed at present as it is mainly linked to the market situation, which is beyond the control of the company under examination. I can also recommend focusing on another market, which would lead to greater stability for the company, but this would in principle lead to a fall in profits. The transport risk is not really the subject of my investigation here, but my recommendation for the future is that management should develop a new system for transport from non-EU countries. The firm's territorial risk is very limited. Nevertheless, I would recommend considering the possibility of using the services and data of organisations such as EGAP, OECD and

export credit agencies. Business risk more generally is more of a risk of unpreparedness for future developments, in which I observe a small lack in preparedness for crisis situations. This may not be a problem at the moment, but in the longer term it wants to allow for possible changes so that the firm under examination is not then left with very disadvantageous options to solve the problem that has arisen. The business risk here is a risk that seems more likely to be resolved in the future. Risk is represented by different business and cultural understandings in different parts of the world. The company under review should train employees on the different methodology of the region and employ a locally competent business and legal expert before entering a strongly different socio-cultural region.

In conclusion, I would like to say that I have encountered many risks and pitfalls while researching the firm with the management. The firm under review handled a large portion of the risks very smartly. From the theoretical knowledge I expected a large number of big risks in market, territorial, transportation and currency risks. However, the investigated firm has strongly reduced the risks from these categories to a relative minimum, firstly by the small number of employees but also by their significant market position, and above all by the fact that they themselves are aware of a considerable part of the risks being translated and have already contributed to their solution by an organisational economic approach.

Key words: electronic risks, risk, web, security

Seznam literatury

- Aba, F. X. L. (2021). Institutional Change and Macroeconomic Variables in the ASEAN—Indonesia, Vietnam, and Cambodia: The Effects of a Trade War between China and USA. *Economies*, 9(4), 1-21. <https://doi.org/10.3390/economies9040195>
- Ambrus, M., Rayfuse, R., & Werner, W. (2017). *Risk and the Regulation of Uncertainty in International Law*. Oxford.
- Arnau Roselló, R. A. R. (2019). Censura informativa y webdocumental: Manipulación en RTVV vs. Memoria civil. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(3), 1293-1306. <https://doi.org/10.5209/esmp.66988>
- Bednář, V. (2011). *Internetová publicistika*. Grada.
- Benfeld E., J. S. (2020). Profesión legal y tecnologías de la información y las comunicaciones. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 9(2), 5-31. <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2020.53309>
- Bernoth, K., & Herwartz, H. (2021). Exchange rates, foreign currency exposure and sovereign risk. *Journal of International Money and Finance*, 117(102454), 1-40. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2021.102454>
- Bhandal, R., Meriton, R., Kavanagh, R. E., & Brown, A. (2022). The application of digital twin technology in operations and supply chain management: a bibliometric review. *Supply Chain Management: An International Journal*, 27(2), 182-206. <https://doi.org/10.1108/SCM-01-2021-0053>
- Bidzhoyan, D., Bogdanova, T., & Neklyudov, D. (2019). Credit risk stress testing in a cluster of Russian commercial banks. *Business Informatics*, 13(3), 35-51. <https://doi.org/10.17323/1998-0663.2019.3.35.51>
- Bustreo, F., Germann, S., & Gilmore, K. (2022). Respecting, protecting, and fulfilling the health and human rights of youth in digital spaces. *The Lancet Child and Adolescent Health*, 6(2), 75-76. [https://doi.org/10.1016/S2352-4642\(21\)00372-2](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(21)00372-2)
- Cádima, F. R. (2019). Da invisibilidade de Salazar à presencialidade de Caetano. *Media and Jornalismo*, 19(35), 197-209. https://doi.org/10.14195/2183-5462_35_13
- Cimler, P., & Zdražilová, D. (2007). *Retail management*. Management Press.

Černohorský, J., & Teplý, P. (2011). *Základy financí*. Grada.

Český statistický úřad. Retrieved November 30, 2020, from <https://www.czso.cz/>

Daňové zákony a účetnictví: podle stavu k 31. 12. 2021 s paralelním vyznačením změn od 1. 1. 2022. (2022). Komora daňových poradců ČR.

De Miguel Asensio, P. A. (2020). Territorialidad de los derechos de autor y mercado único digital. *CUADERNOS DE DERECHO TRANSNACIONAL*, 12(2), 349-371. <https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5613>

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (c2022). Retrieved January 8, 2022, from <https://www.egap.cz/>

Fernie, J., & Sparks, L. (2019). *Logistics and Retail Management: Emerging Issues and New Challenges in the Retail Supply Chain* (Fifth edition). Kogan Page Publishers.

Frick, T. (2016). *Designing for Sustainability: A Guide to Building Greener Digital Products and Services*. O'Reilly Media.

Gavurova, B., Cepel, M., Belas, J., & Dvorsky, J. (2020). Strategic Management in SMEs and Its Significance for Enhancing the Competitiveness in the V4 Countries - A Comparative Analysis. *Management and Marketing*, 15(4), 557-569. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0032>

GOV.UK. (c2020). Retrieved November 20, 2020, from <https://www.gov.uk/>

Grath, A. (2014). *The Handbook of International Trade and Finance* (Third edition). Kogan Page Publishers.

Graves, A., Mohamed, A. -rahman, & Hinton, G. (2013). Speech recognition with deep recurrent neural networks. In *2013 IEEE International Conference on Acoustics, Speech and Signal Processing* (pp. 6645-6649). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICASSP.2013.6638947>

Holátová, D., & Krninská, R. (2012). *Lidské zdroje v rozvoji venkova*. Praha: Alfa Nakladatelství.

Hopkins, T., & Eilers, A. (2019). *The Language of Sales: The Art and Science of Sales Communication. Made For Success Publishing.* <https://play.google.com/store/books/details?id=yvPRDwAAQBAJ&rdid=book->

yvPRDwAAQBAJ&rdot=1&source=gbs_vpt_read&pcampaignid=books_booksearch_v
iewport

Hornáková, M. (2011). *Copywriting: podrobný průvodce tvorbou textů, které prodávají*. Computer Press.

Hospodářská komora České republiky. (c2017-2020). Retrieved March 2, 2020, from <https://komora.cz/>

Husovec, M. (c2014). *Zodpovednosť na internete: podľa českého a slovenského práva*. CZ.NIC.

Choi, S. -K., & Kwak, J. (2020). Feature Analysis and Detection Techniques for Piracy Sites. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 14(5), 2204-2220. <https://doi.org/10.3837/tiis.2020.05.019>

Jakubka, J. (2010). *Vzory a metodické návody pro uzavírání smluv podle zákoníku práce* (2., aktualiz. vyd). ANAG.

Jansa, L., Otevřel, P., Čermák, J., Mališ, P., Hostaš, P., Matějka, M., & Matejka, J. (2016). *Internetové právo*. Computer Press.

Jeong, H. S., & Kwak, J. (2020). Automated Detection Technique for Suspected Copyright Infringement Sites. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 14(12), 4889-4908. <https://doi.org/10.3837/tiis.2020.12.015>

Jesenský, D. (2018). *Marketingová komunikace v místě prodeje: POP, POS, in-store, shopper marketing*. Grada.

Jiang, Z. (2021). US Fiscal cycle and the dollar. *Journal of Monetary Economics*, 124, 91-106. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2021.10.002>

KALINICHENKO, O., & LESYUK, V. (2021). ASSESSMENT OF THE FINANCIAL SSESMENT OF THE FINANCIAL SECURITY LEVEL OF UKRAINE. *Science and Innovation*, 17(6), 3-12. <https://doi.org/10.15407/scine17.06.003>

Kalyuzhna, N. G. (2020). International Trade Integration of Ukraine in the Context of Deepening Interstate Conflicts. *The Problems of Economy*, 1(43), 27-35. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-27-35>

- KARAT Software a. s. (c2006-2020). Retrieved September 21, 2020, from <https://www.karatsoftware.cz/>
- Kim, D., Heo, S., Kang, J., Kang, H., & Lee, S. (2021). A Photo Identification Framework to Prevent Copyright Infringement with Manipulations. *Applied Sciences*, *11*(19), 1-21. <https://doi.org/10.3390/app11199194>
- Kim, E. -J., & Kwak, J. (2021). Intelligent Piracy Site Detection Technique with High Accuracy. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, *15*(1), 285-301. <https://doi.org/10.3837/tiis.2021.01.016>
- Kovács, T., Ko, A., & Asemi, A. (2021). Exploration of the investment patterns of potential retail banking customers using two-stage cluster analysis. *Journal of Big Data*, *8*(1), 1-25. <https://doi.org/10.1186/s40537-021-00529-4>
- Kunstová, R. (2010). *Efektivní správa dokumentů: Co nabízí Enterprise Content Management*. Grada.
- LaCamera, B. (2020). *E-Commerce*. Cherry Lake Publishing.
- Lalík, M. (2013). *WWW pro každého*. Grada.
- Lam, J. (2014). *Enterprise Risk Management: From Incentives to Controls, 2nd Edition* (druhé). John Wiley.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2020-2021: business. technology. society*. Pearson.
- Lorente Martínez, I. (2020). Vulneración de marcas de la Unión Europea en Internet y Derecho internacional privado. *CUADERNOS DE DERECHO TRANSNACIONAL*, *12*(2), 1061-1071. <https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5654>
- Machková, H., Černošlávková, E., & Sato, A. (2014). *Mezinárodní obchodní operace* (6., aktualiz. a dopl. vyd). Grada.
- Ministerstvo průmyslu a obchodu. (c2005-2020). Retrieved November 30, 2020, from <https://www.mpo.cz/>
- Mioducka, M., & Małecka, J. (2019). The Use of Financial Products in Liquidity Risk Management by SMEs. *Balkan Region Conference on Engineering and Business Education*, *3*(1), 273-281. <https://doi.org/10.2478/cplbu-2020-0032>

- Nezmar, L. (2017). *GDPR: praktický průvodce implementací*. Grada Publishing.
- Nguyen, M. -L. T., Doan, T. -T. T., & Bui, T. N. (2021). THE IMPACT OF MACROECONOMIC AND CONTROL OF CORRUPTION ON FOREIGN DIRECT INVESTMENT INFLOWS. *Polish Journal of Management Studies*, 24(1), 236-249. <https://doi.org/10.17512/pjms.2021.24.1.14>
- Novotný, P. (2014). *Nový občanský zákoník: Smluvní právo*. Grada.
- OECD. (2022). Retrieved March 23, 2022, from <https://www.oecd.org/>
- Oh, C. H., & Oetzel, J. (2022). Multinational enterprises and natural disasters: Challenges and opportunities for IB research. *Journal of International Business Studies*, 53(2), 231-254. <https://doi.org/10.1057/s41267-021-00483-6>
- Park, H. (2019). How Important is the “Time Horizon”? An Investigation of Financial Well-Being. In *Finding New Ways to Engage and Satisfy Global Customers* (pp. 485-485). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02568-7_136
- Petrová, M., Krügerová, M., Kozieł, M., & Štverková, H. (2021). TERRITORIAL RISK MANAGEMENT IN RELATION TO COUNTRY RISK CLASSIFICATION AND EXPORT. *Polish Journal of Management Studies*, 23(2), 369-385. <https://doi.org/10.17512/pjms.2021.23.2.22>
- Procházka, D. (2010). *První kroky s internetem* (3., aktualiz. vyd). Grada.
- Provatas, N., Konstantinou, I., & Koziris, N. (2021). Is Systematic Data Sharding able to Stabilize Asynchronous Parameter Server Training?. In *2021 IEEE International Conference on Big Data (Big Data)* (pp. 1092-1101). IEEE. <https://doi.org/10.1109/BigData52589.2021.9672001>
- Richard GRANT (2019). E-waste challenges in Cape Town Opportunity for the green economy?, *Urbani Izziv* 30:1, 5-23. <https://doi.org/10.5379/urbani-izziv-en-2019-30-supplement-001>
- Russell, N. (2016). *Workflow Patterns: The Definitive Guide*. MIT Press.
- Saif, U., Muhammad Ather, E., Chen, P., & Bilal Haider, S. (2020). Behavioral biases in investment decision making and moderating role of investor’s type. *Intellectual Economics*, 14(2), 1-105. <https://doi.org/10.13165/IE-20-14-2-06>

- Salem, S. F., Tarofder, A. K., Musah, A. A., & Chaichi, K. (2019). BRAND LOVE IMPACT ON THE SOCIAL MEDIA AND STAGES OF BRAND LOYALTY. *Polish Journal of Management Studies*, 20(1), 382-393. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.20.1.33>
- Schafer, S. M. (2009). *HTML, XHTML a CSS: bible [pro tvorbu WWW stránek] : 4. vydání* (čtvrté). Grada.
- Smejkal, V., & Rais, K. (2013). *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích* (4., aktualiz. a rozš. vyd). Grada.
- Speijer, D. (2020). The Future of the World Wide Web: Wikipedia or Whatsapp?. *BioEssays*, 42(9), 1-1. <https://doi.org/10.1002/bies.202000186>
- Stringham, O. C., Toomes, A., Kanishka, A. M., Mitchell, L., Heinrich, S., Ross, J. V., & Cassey, P. (2021). A guide to using the internet to monitor and quantify the wildlife trade. *Conservation Biology*, 35(4), 1130-1139. <https://doi.org/10.1111/cobi.13675>
- Suchánek, P. (2012). *E-commerce: elektronické podnikání a koncepce elektronického obchodování*. Ekopress.
- Sychev, O. A., Belousov, K. I., & Protasova, I. N. (2019). Values and Moral Foundations as a Basis for the Socio-Political Views of Youth. *Sibirskiy Psichologicheskij Zhurnal*, (73), 60-77. <https://doi.org/10.17223/17267080/73/4>
- Šafrová Drášilová, A. (2019). *Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele*. Grada.
- Tsadiras, A., & Nerantzidou, M. (2019). An Experimental Study on Social Media Advertising for Charity*. *International Journal of Economics and Business Administration*, VII(4), 403-416. <https://doi.org/10.35808/ijeaba/353>
- Vidya, C. T., & Taghizadeh-Hesary, F. (2021). Does infrastructure facilitate trade connectivity? Evidence from the ASEAN. *Asia Europe Journal*, 19(S1), 51-75. <https://doi.org/10.1007/s10308-021-00614-6>
- Vochozka, M. (2011). *Metody komplexního hodnocení podniku*. Grada.
- Vochozka, M., & Mulač, P. (2012). *Podniková ekonomika*. Grada.
- Vymětal, Š. (2009). *Krizová komunikace a komunikace rizika*. Grada.

WEDOS. (c2010-2021). Retrieved March 27, 2021, from <https://www.wedos.cz/>

Wessels, D. (2001). *Web Caching*. O'Reilly & Associates.

Yao-Hua, T., & Walter, T. (2003). Electronic Contract Drafting Based on Risk and Trust Assessment. *International Journal of Electronic Commerce*, 7:4, 55-71.
<https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044281>

Seznam obrázků a tabulek s uvedením názvů

Schéma 1: Proces vytvoření představení dokumentace z role firmy a dodavatele 65

Seznam příloh

Příloha 1: Rozsáhlý dotazník	84
Příloha 2: Krátký dotazník	89

Přílohy

Příloha 1: Rozsáhlý dotazník.

ROZSÁHLÝ DOTAZNÍK

Dotazník slouží jako podklad pro diplomovou práci na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích.
Práci zpracovává Bc. Roman Mazanec, e-mail: romanmazac89@gmail.com.

Jméno respondenta:

Název společnosti:

IČO:

Počet zaměstnanců:

Počet provozoven:

Datum založení společnosti:

Od kdy jste se zaměřili na svoji hlavní činnost a jaká činnost to je?

Jaké jsou vaše vedlejší činnosti?

Využíváte při tvorbě smluv třetí stranu? Pokud ano koho?

Jak řešíte přepravní povolení ze zahraničních zemí?

Používáte elektronické členění dokumentů?

Jaký postup většinou využíváte při uzavírání smluv?

Odkud vykupujete zboží?

Kde přenecháváte suroviny k finálnímu zpracování?

Jak řešíte přepravu vykupovaného zboží?

Jak využíváte elektronizaci v podniku?

Jaké problémy s elektronizací pozorujete v podniku?

Jak máte řešený ECM (Enterprise Content Management) neboli správu podnikového obsahu?

Využíváte nějaký informační systém? Pokud ano, tak jaký?

Jak zálohujete data?

Jak řešíte elektronizaci papírových dokumentů?

Hodili by se vám možnosti využití VR technologie (například virtuální setkání)?

Využili byste, virtuální školení svých zaměstnanců?

Jak hodnotíte přínosnost svých webových stránek, pro hledání nových dodavatelů a odběratelů či zákazníků?

Jak na internetu propagujete vaši společnost?

Jaký způsob internetového marketingu ve společnosti využíváte?

Jaké pojištění vaše společnost využívá a jak jej sjednává?

Využíváte služeb ratingových společností? Pokud ano, tak jakých?

Jak řešíte risk management? Případně kdo tuto funkci zastává a proč?

Tvoříte krizové plány?

Odkud získáváte informace o zahraničních trzích?

Rizika mezinárodních operací

V této části prosím, označte následující slova, čísla od 1 do 5. Kde 1 představuje nejnižší vliv na váš podnik a 5 největší vliv na podnik. V případě, že pozorujete i jiný problém tak jej dopište.

Měnová rizika:

- Operace na devizových trzích
- Postoupení pohledávek
- Zahnutí rezervy na krytí kurzového rizika do ceny
- Přirozené zajištění (platby v měně, ve které máme tržby)
-
-

Přepravní rizika:

- Zpoždění doručení
- Přepravní dokumentace
- Celní správa
- Opatření spojená s covidem
-
-

Tržní rizika:

- Změna poptávky
- Změna nabídky
- Změna spolupráce
-
-

Riziko teritoriální:

- Pád vlády
- Změna právních norem
- Riziko pandemie
- Riziko klimatické změny
-
-

KRÁTKÝ DOTAZNÍK

Dotazník je anonymní. Prosím Vás odpovídejte po pravdě.

Dotazník je koncipován tak aby netrval déle jak 5 minut.

Zaměření společnosti:

Využíváte při tvorbě smluv třetí stranu? Pokud ano koho?

Jak řešíte přepravní povolení ze zahraničních zemí?

Používáte elektronické členění dokumentů?

Jaký postup většinou využíváte při uzavírání smluv?

Odkud a kam poskytujete přepravu?

Jak máte řešený ECM (Enterprise Content Management) neboli správu podnikového obsahu?

Využíváte nějaký informační systém? Pokud ano, tak jaký?

Jak zálohujete data?

Jak řešíte elektronizaci papírových dokumentů?

Jak hodnotíte přínosnost svých webových stránek, pro hledání nových dodavatelů, odběratelů či zákazníků?

Děkuji za vyplnění dotazníku a přeji pěkný den.

Dotazník byl vytvořen jako podklad pro diplomovou práci.