

## SÚČASNÉ TRENDY V ELEKTRONICKOM OBCHODE ELECTRONIC COMMERCE IN COINCIDENCE

Peter DEPEŠ

### Abstract

*E-commerce is already the common part of electronic life. People are using this form of trade more and more, because it is more simple, more comfortable and in some cases, cheaper, too. One of the possibilities of using e-commerce is RSS support. It can consist of showing actual prices or actual accessibility of asked products. Another form of e-commerce could be equivalent of public acquisition. Customer can ask for a request of some product and firms can make an offer of the products, that is customer asking for. Customers have more offers, so they can choose the best one.*

### Key words

*Electronic commerce, tender, acquisition, offer, business, RSS*

### Úvod

Elektronický obchod pozostáva z distribuovania, kupovania, predávania, požičiavania a poskytovania produktov a služieb cez elektronický systém ako napr. Internet. Účelom elektronického obchodu je predávať a prezentovať výrobky. To či zákazník kúpi alebo nekúpi daný tovar, resp. službu, neovplyvňuje len atraktivita ponuky, ale vo veľkej miere aj dôvera zákazníka v elektronický obchod, pocit bezpečia, dizajn web stránky, jednoduché ovládanie. Ide v súčasnosti o najprogressívnejšiu službu Internetu. Elektronický obchod v USA vykazoval v roku 2003 tržby v hodnote 12,2 miliardy dolárov (podľa agentúry Forrester). V súčasnosti sa do popredia dostávajú technológie ako RSS, prípadne rôzne formy obstarávania, pri ktorých si zákazník zadá vlastné požiadavky a jednotlivé firmy poskytujú ponuky pre zákazníkov

### Elektronický obchod

Elektronický obchod môžeme chápať :

1. v **užšom význame** ako elektronický nástroj pre podporu a realizáciu obchodných vzťahov napr. reklamu, marketing, predaj, dodávku, platbu, poskytovanie ďalších služieb zákazníkom;
2. v **širšom význame** ako elektronický nástroj zahŕňajúci aj vlastnú činnosť podnikateľa – výskum, vývoj, výrobu, zásobovanie materiálom a diely, logistiku, administratívu, vedenie účtovníctva, či finančné služby.

**Elektronické obchodovanie** na úrovni podnikov existuje vo svete už viac ako 20 rokov. Začalo sa zavádzaním formalizovanej výmeny dát (*electronic data interchange, EDI*) medzi firmami, a to posielaním a prijímaním objednávok, informáciami o dodávkach a platbách atď.

Najväčší podiel na tovaroch, ktoré sú predmetom elektronického obchodovania, majú tzv. nehmotné produkty a služby alebo tovary. Medzi typické produkty patria knihy, hudba na CD, SW, elektronika, vstupenky na rôzne podujatia atď. V súčasnosti existuje veľa stránok, poskytujúcich elektronické obchodovanie a postupne vznikajú stránky, ktoré poskytujú firmám prenajatie ich virtuálneho obchodu. Tým firme uľahčia prácu a v prípade jednoduchej formy elektronického obchodu môžu tieto služby za príslušný poplatok využívať. V prípade náročnejších požiadaviek je výhodnejšie vytvoriť si vlastný elektronický obchod a v prípade rôznych zmien, inovácie, zmeny dizajnu je možné bez väčších poplatkov tieto zmeny uskutočniť.

V najjednoduchšej podobe si zákazník objedná jednotlivý druh tovaru a určuje nakupované množstvo. Vyspelejšie technológie disponujú tzv. virtuálnym nákupným košíkom, do ktorého zákazník ukladá vybraný tovar, môže meniť jeho množstvo alebo ho vyradiť a objednáva celý nákupný košík. Platbu zákazník realizuje buď v okamihu dodania tovaru alebo prevodom zo svojho konta, prípadne priamo cez banku, ktorá zabezpečuje bezpečné finančné transakcie prostredníctvom Internetu.

#### *Hlavné výhody elektronického obchodovania:*

- § obchodník tovar odosiela až po zaplatení,
- § menšia pravdepodobnosť storna objednávky,
- § nižšie náklady na zrealizovanie platby,
- § nižšie dopravné náklady ( napr. pri neprevzatí dobierky zákazníkom),
- § rýchlosť, jednoduchosť platby,
- § bezpečnosť – samotná platba je zrealizovaná v platobnom rozhraní banky,
- § zvýšené imidž obchodu,
- § zákazník neprichádza do styku s hotovosťou.

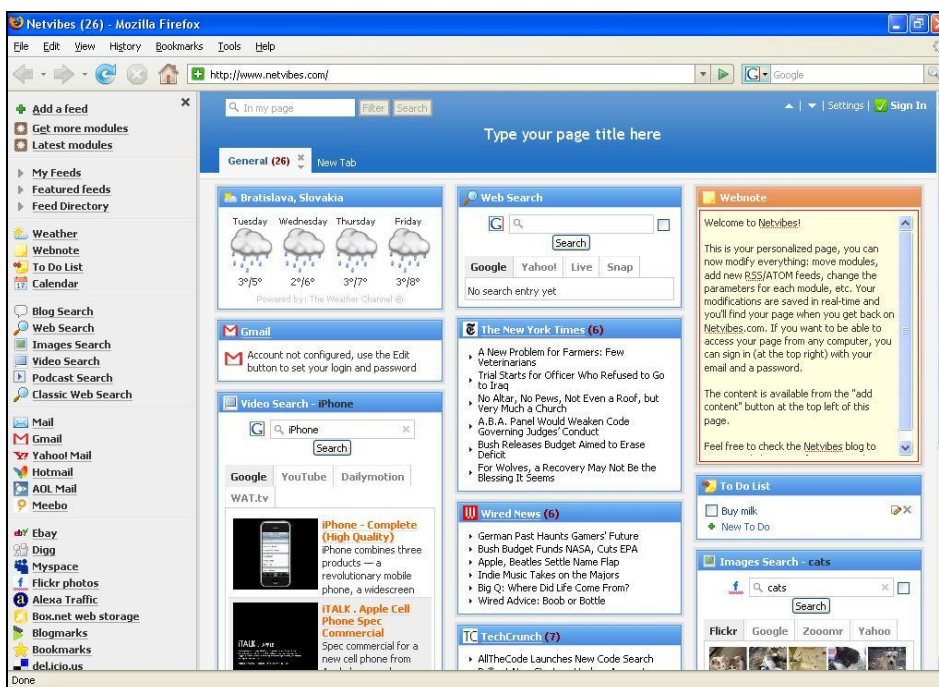
#### *Hlavné nevýhody elektronického obchodovania:*

- § istota pri platobnom styku,
- § istota pri prenose osobných údajov,
- § hľadanie produktov na internete,
- § dlhé dodávateľské lehoty
- § nemožnosť vyskúšať si osobne konkrétny výrobok.

## **RSS**

RSS (Really Simple Syndication) je technológia súčasnosti, ktorá nie je verejnosti dostatočne známa, hoci na viacerých stránkach je už možné badať ikonky znázorňujúce RSS. Ak sa na ne klikne objaví sa len množstvo nezrozumiteľného kódu. RSS je formát pre zlučovanie správ, obsahu stránok spravodajského charakteru a osobných weblogov. Informácie o každom článku, resp. obsahu webovej stránky sú spracované do RSS formátu, resp. RSS kanála (RSS feed). Tieto informácie je možné prezerat' prezerat' v špecializovanom programe, tzv. RSS čítačke. Takýto program pristupuje v stanovených intervaloch na RSS súbor umiestnený na danom serveri na Internete a sleduje zmeny. Ak na serveri pribudne nový článok resp. nejaká nová informácia, táto skutočnosť sa následne prejaví pridaním článku do RSS kanála. Po načítaní zmeny RSS čítačkou tento novú správu zobrazí a označí ako nečítanú. V RSS kóde je možné použiť odkazy z viacerých stránok, čím by bolo možné vytvoriť súhrn viacerých článkov o danom produkte, resp. službu, čím si užívateľ môže vytvoriť obraz o produktoch a

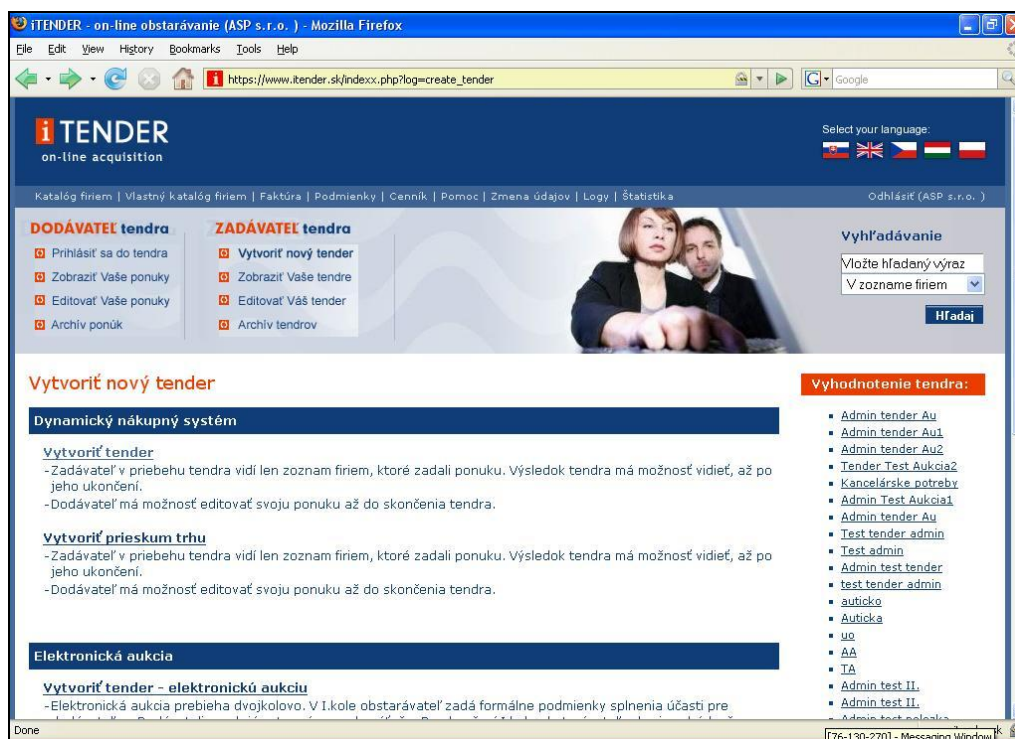
službách. Takisto by bolo možné vďaka RSS získavať ceny rôznych spoločností o rôznych produktoch. Je to zatiaľ len otázka budúcnosti, no i v súčasnosti existujú webové stránky, ktoré sústreďujú ponuky a ceny rôznych spoločností, vďaka ktorým si zákazník môže vybrať najlepší produkt z danej ponuky. Je otázkou času, kedy technológia RSS umožní poskytovať služby prepojené s elektronickým obchodovaním. RSS však podľa odhadu agentúry Forrester zatiaľ používajú len dve percentá ľudí pripojených na internet. RSS technológia môže skrátiť čas pre užívateľov, ktorý je potrebný na načerpanie informácií z viacerých zdrojov. Namiesto návštevy viacerých serverov tak postačí si otvoriť jednu stránku, na ktorej sa zobrazia nami zvolené informácie zo všetkých zvolených webov. Jednou z takýchto stránok je stránka <http://www.netvibes.com/> (obr. 1), ktorá umožňuje prehľadným spôsobom zoradovať si jednotlivé záložky na samotnej stránke (podmienkou je poskytovanie RSS služieb nami vybranými stránkami). V strednej časti je možné si vybrať nami zvolené webové stránky a najaktuálnejšie informácie z týchto stránok.



## Obstarávanie produktov a služieb

Na Slovensku existuje niekoľko stránok, ktoré ponúkajú produkty a služby formou aukcie, čiže jednotliví zákazníci svojimi ponukami ovplyvňujú výslednú cenu produktu. Medzi takéto stránky patrí napr. [www.onetwosold.sk](http://www.onetwosold.sk), alebo [aukcie.sme.sk](http://aukcie.sme.sk). Výsledná cena môže byť nižšia ako reálna ale aj vyššia, záleží od jednotlivých záujemcov. Stránky, ktoré poskytujú podobné služby, avšak s tým, že cenu produktov ovplyvňujú samotné firmy a znižovaním cien prejavujú záujem o získanie zákazníka, už tak veľa nie je. Jednou z nich je [www.itender.sk](http://www.itender.sk). Táto stránka zatiaľ neumožňuje poskytovanie služieb pre bežných zákazníkov, no je len otázkou času, kedy sa spopularizuje táto služba aj pre bežných internetových používateľov. Stránka v základnom rozhraní poskytuje voľbu výberu, či si firma, spoločnosť, či štátna inštitúcia želá vystupovať ako dodávateľ, prípadne odberateľ. Odberateľ si môže založiť nový tender (obr. 2) a firmy, ktoré sú registrované môžu predkladať ponuky na danú zákazku. Odberateľ si môže pomocou váh kritérií vybrať, čomu

prikladá najväčší význam (cena, záruka, dodacia lehota) a dodávateľ sa snaží predložiť čo najlepšiu ponuku.



Tender je ohraničený dátumom, čiže dodávateľia môžu do daného dátumu predkladať, resp. upravovať svoje ponuky. Po vypršaní lehoty predkladania ponúk ostáva na odberateľovi, aby vyhlásil víťaza tendra, resp. verejnej súťaže.

Pre inštitúcie štátnej a verejnej správy vyplýva zo zákona povinnosť kupovať produkty cez verejne obstarávanie. Stránka [www.evob.sk](http://www.evob.sk) poskytuje elektronické verejné obstarávanie. EVOB pokrýva ponukovú fázu obstarávacieho procesu. Jedná sa o riadený proces, pričom celý procesný tok môže byť namodelovaný a modifikovaný systémovým administrátorom. Tým je možné zabezpečiť transparentnosť a objektívnosť pri výbere nových produktov. Ponuka firiem, poskytujúcich dané služby a produkty nie je ešte dostatočne široká, postupne sa však ponuka rozširuje.

Do tendrov sa môžu prihlasovať aj fyzické osoby, ale táto možnosť nie je ešte dostatočne rozšírená. Pre potenciálnych zákazníkov je však určite zaujímavejšie zadať si vlastné podmienky napr. objednania tlačiarne a je v kompetencii firiem aby predložili ponuky, z ktorých si samotný zákazník môže vybrať.

## Záver

Elektronické obchodovanie je v súčasnosti bežnou súčasťou života. Ľudia čoraz častejšie využívajú túto formu obchodovania, ktorá je pre mnohých jednoduchšia, pohodlnejšia a v niektorých prípadoch i lacnejšia. Zatiaľ sa ako nevýhoda najviac javí nedostupnosť internetu pre všetkých obyvateľov z hľadiska ceny i dostupnosti. Avšak rozvoj informačných technológií je stále progresívny a je len otázkou času, kedy internet a všetky výhody, ktoré prináša, bude využívať čoraz viac ľudí.

Budúcnosť elektronického obchodovania by sa mala uberať v prospech internetových zákazníkov, či už ponukami, či dostupnosťou alebo jednoduchosťou objednania. Jednou z možností je využívanie služby RSS, ktorá môže spočívať v ukazovaní aktuálnych cien, dostupnosti produktov v jednotlivých elektronických obchodoch. Ďalšou alternatívou môže byť forma dopytu zákazníka po určitom tovare, pričom firmy môžu danému zákazníkovi dať na výber z jednotlivých produktov. Čím viac firiem bude ponúkať svoje produkty, tým výhodnejšie pre zákazníka.

### **Abstrakt**

*Elektronické obchodovanie je už bežnou súčasťou elektronického života. Ľudia čoraz častejšie využívajú túto formu obchodovania, ktorá je pre mnohých jednoduchšia, pohodlnejšia a v niektorých prípadoch i lacnejšia. Jednou z možností využívania elektronického obchodovania je podpora RSS, ktorá môže spočívať v ukazovaní aktuálnych cien, či dostupnosti požadovaných produktov. Ďalšou formou elektronického obchodovania môže byť ekvivalent verejného obstarávania, keď si zákazník zadá požiadavku a firmy predložia ponuky produktov, ktoré si žiada zákazník. Zákazník si potom môže vybrať najlepšiu ponuku.*

### **Kľúčové slová**

*Elektronický obchod, tender, obstarávanie, ponuka, obchodovanie, RSS*

### **Literatúra**

1. *Itender – on-line obstarávanie*. [online]. [cit. 2007-02-03]. Dostupné na Internete: <<http://www.itender.sk>>.
2. *Pocitace.sme.sk*. [online]. [cit. 2007-02-03]. Dostupné na Internete: <<http://pocitace.sme.sk>>.
3. *Zive.sk*. [online]. [cit. 2007-02-05]. Dostupné na Internete: <<http://www.zive.sk>>.
4. *Netvibes.com*. [online]. [cit. 2007-02-03]. Dostupné na Internete: <<http://www.netvibes.com>>.

### **Kontakt**

Ing. Peter Depeš, Katedra Informatiky, Fakulta Ekonomiky a Manažmentu, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, e-mail: [pd01@fem.uniag.sk](mailto:pd01@fem.uniag.sk)

**Recenzent:** doc. Ing. Klára Hennyeyová, CSc., KI FEM