



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Název projektu	Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě
Registrační číslo projektu	CZ.02.2.69/0.0./0.0/16_015/0002400

## Prezentace předmětu: **Podnikání na Internetu**

Vyučující:  
**doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D.**



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

# Podnikání na Internetu

Přednáška 3



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ**

**doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D.**

- Internetové tržiště (e-tržiště) je ve své podstatě virtuální místo, kde se střetává poptávka mnoha odběratelů s nabídkou mnoha dodavatelů. Na internetovém tržišti stejně jako na tržišti klasickém dochází k nejrůznějším jednáním mezi dodavatelem a odběratelem, která vedou k uzavírání konkrétních obchodů.
  - Online tržiště (anglicky Online Marketplace) je webová stránka s nabídkou více dodavatelů. Na online tržišti lze vybírat z nabídky různých firem a jejich nabídku porovnávat. Je to podobné jako procházet stánky na klasickém tržišti, je zde nabídka řady firem pod jednou střechou.
-

- Online tržiště je v principu e-shop, ve kterém lze porovnávat nabídku více dodavatelů, přičemž provozovatel tržiště je třetí strana.
  - Pro klasický e-shop je typické, že jej provozuje jeden prodejce.
  - Na online tržišti je více různých dodavatelů. Provozovatel je odpovědný za fungování, bezpečnost. Zajišťuje kompletně provozní platformu, integraci s platebními nástroji či bránami, kompletní objednávkový a platební proces.
  - Dodavatelé mají možnost přidávat svoji nabídku a dostávat peníze od zákazníků. Za to platí provozovateli tržiště provizi (paušálně nebo procento z prodeje), zákazníci mají možnost vybírat, třídit, porovnávat a zaplatit.
-

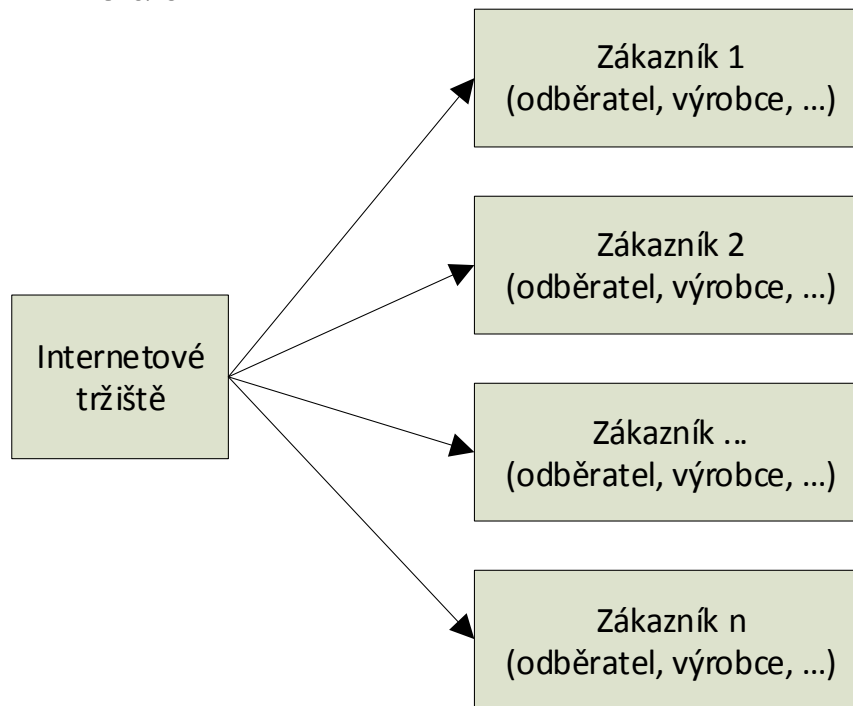
- Tržiště jsou obvykle zaměřena na jeden typ zboží či služeb nebo na jeden segment (například tržiště s aplikacemi, tržiště s uměním a podobně). Existují samozřejmě i velká tržiště se širokou nabídkou, jako jsou eBay, Amazon nebo Alibaba.
- Typy tržišť
  - tržiště zaměřená svojí nabídkou na firmy (tzv. B2B tržiště);
  - tržiště firem zaměřená na koncové zákazníky B2C;
  - tržiště, kde prodávají lidé lidem - například své výrobky nebo použité věci (C2C tržiště) ty jsou často komunitně fungující;
  - tržiště zajišťující obchod mezi dvěma stranami (P2P - Peer-to-Peer).

# Internetové tržiště

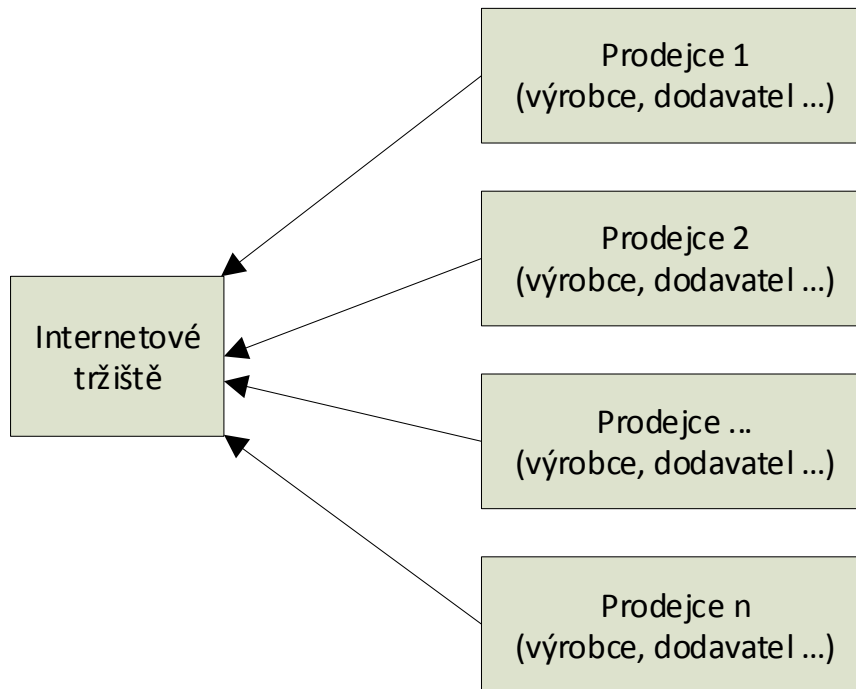


Model	Charakteristika
<b>Prodejní model</b>	Internetové tržiště je primárně zaměřeno na odbyt výrobků zakládajících subjektů. Nejčastějším modelem je vytvoření aliance dodavatelů, kteří nejsou vůči sobě v konkurenčním postavení, naopak se svými produkty vhodně doplňují. Jejich náklady na prodej zboží jsou v tomto případě mnohem nižší než v případě klasické formy prodeje, protože jsou rozloženy mezi více subjektů.
<b>Nákupní model</b>	Zakladatelem tohoto typu tržiště bývá nejčastěji jeden silný podnikatelský subjekt nebo aliance více subjektů, kteří jsou významnými odběrateli a mají značnou vyjednávací sílu.
<b>Spojení nákupního a prodejního modelu</b>	Může se jednat například o elektronický model inzertního serveru. Takto postavené elektronické tržiště bývá provozováno nejčastěji třetím nezávislým subjektem.

- Prodejní model

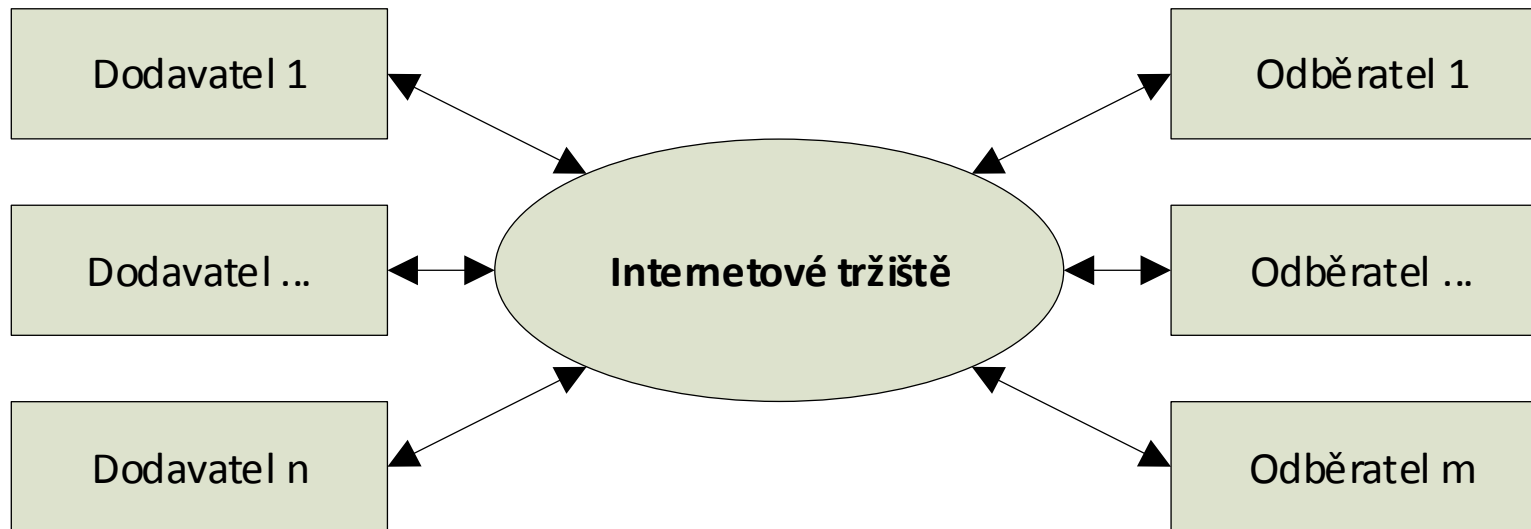


- Nákupní model





- Propojení nákupního a prodejního modelu



- Charakteristické znaky internetových tržišť
  - Centralizovaný tržní prostor;
  - Neutralita;
  - Standardizované kontrakty, dokumenty, výrobky;
  - Záruka integrity trhu;
  - Platební a clearingové služby;
  - Důvěra a anonymita.

# Internetové tržišťe



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Kategorie	Charakteristika
<b>Agregátor</b>	Seskupení nabídkových katalogů mnoha výrobců (e-Chemicals, Chemdex, MetalSite, PlasticsNet).
<b>Obchodní středisko</b>	Prodávající získají v internetovém středisku virtuální výlohu obchodu, kde mohou vystavovat své výrobky (informace o výrobku, hodnotící studie, reference apod.).
<b>Vystav a listuj</b>	Informační tabule, kde kupující i prodávající prezentují své nabídky a požadavky (Catex, CreditTrade, TechEx). Musí zde existovat i metody vzájemné komunikace mezi prodávajícími a kupujícími.
<b>Aukční trh</b>	Více nakupujících a prodávajících se konkurenčně uchází o kontrakty (konkurenční ucházení o výrobky za nižší ceny) (e-STEEL, Manheim Online, Cattle Offerings).
<b>Plně automatizované tržišťe</b>	Centralizovaný trh zejména, nikoliv výhradně, pro standardizované nebo komoditní výrobky. Funguje zde automatické vytváření objednávek a efektivní online mechanismus tvorby cen (e-STEEL, PaperExchange).

- Podle členských a vlastnických struktur dělíme Internetová tržičště na:
  - tržičště s otevřeným členstvím;
  - tržičště s uzavřeným členstvím.
- Do otevřených internetových tržičšť se může zaregistrovat prakticky jakýkoliv subjekt.

- Uzavřená tržiště jsou obvykle uzavřená seskupení prodávajících a nakupujících subjektů, jež jsou představovány většími podniky a vstup a možnost obchodování do takového typu tržiště mohou být kladeny různé podmínky, například:
    - kvalifikovanost management;
    - dobré image;
    - kapitál firmy;
    - finanční stabilita;
    - systémy řízení jakosti;
    - a další.
-

# Internetové tržiště



- Podle typu vlastnictví

Typ vlastnictví	Charakteristika
<b>Vlastnictví tržiště jednou skupinou uživatelů s uzavřeným členstvím</b>	<p>Tržiště vlastní obchodníci nebo makléři, kteří pracují pro prodávající a nakupující. Noví členové si musí zakoupit majitelský podíl (tzv. “křeslo”). (<a href="http://www.worldins.com">www.worldins.com</a>)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Výhoda – formování trhu majiteli pro zisk</li><li>• Nevýhoda - možné anti-konkurenční praktiky majitele</li></ul>
<b>Vlastnictví několika skupinami uživatelů s otevřeným členstvím</b>	<p>Tento model není spojen s vlastnictvím podílu. Člen dostane licenci pro používání tržiště (licence přenosná nebo nepřenositelná).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Výhoda – možnost vyrovnávat konkurenční zájmy každé skupiny.</li><li>• Nevýhoda – relativně dlouhý čas pro nastartování plnohodnotné spolupráce mezi skupinami.</li></ul>

- Podle typu vlastnictví

Typ vlastnictví	Charakteristika
<b>Vlastnictví jedním nebo několika komerčními investory s otevřeným členstvím</b>	Vlastnictví a řízení tržišťe jedním investorem nebo skupinou investorů tak, aby vytvářelo zisk. (jeden z nejčastějších modelů) (např. Catex, CreditTrade, e.Chemicals, Elinex, PaperExchange, PlasticNet, National Transport Exchange, TechEx).
<b>Vlastnictví vládou</b>	Tržišťe B2B je vnímáno tak, že poskytuje významný veřejný prospěch. Rozvoj B2B je v souladu s národním zájmem. (Cayman Islands – <a href="http://www.cisx.com.ky">www.cisx.com.ky</a> )

- Podle sortimentu

Typ	Charakteristika
<b>Horizontální</b>	Tato tržičště nemají zaměření na konkrétní průmyslové odvětví, ale naopak zapojují do obchodování firmy napříč všemi odvětvími.
<b>Vertikální</b>	Jsou zaměřena na konkrétní průmyslový obor, např. na chemický průmysl, hutní a kovodělnou výrobu, zdravotní potřeby, a zapojují do svého obchodování firmy podnikající v daném průmyslovém odvětví.
<b>Komoditní burzy</b>	Jsou určeny pro obchodování pouze s konkrétními komoditami.



- Tvorba cen na internetových tržičštích

Způsob tvorby ceny	Charakteristika
<b>Fixní oceňování</b>	Typické pro klasické internetové obchody a model Agregátoři.
<b>Vyjednávání</b>	Typické pro model Vystav a listuj
<b>Dynamické oceňování - Aukční trhy</b>	Vedené prodávajícím nebo kupujícím.
<b>Elektronické systémy automatického obchodování</b>	Plně automatizované internetové tržičště. Nabídka i poptávka musí mít mimo charakteristické znaky a objem stanovenou fixní nebo limitní cenu. Na základě těchto parametrů dojde k automatickému propojení prodávajících a kupujících.



**Děkuji za pozornost**

**Otázky?**