

# Právní podmínky podnikání v oblasti internetového obchodu

Legal Business Conditions In The Area Of Internet Commerce

Bc. Hana Švecová Důbravová

---

Diplomová práce  
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta aplikované informatiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta aplikované informatiky  
akademický rok: 2012/2013

## **ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Hana ŠVECOVÁ**  
Osobní číslo: **A10446**  
Studijní program: **N3902 Inženýrská informatika**  
Studijní obor: **Bezpečnostní technologie, systémy a management**  
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Právní podmínky podnikání v oblasti internetového obchodu**

Zásady pro vypracování:

1. Popište právní úpravu podnikání a její srovnání s podmínkami v e-shopu.
2. Uvedte přehled dozorových orgánů ve vztahu k podnikání a spotřebiteli.
3. Zpracujte podmínky podnikání v internetovém obchodě a jejich zvláštnosti.
4. Uvedte výhody a nevýhody nákupu na Internetu a v běžné provozovně.
5. Zpracujte obecný model informačního systému e-shopu.

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

1. SUCHÁNEK, Petr. E-commerce. Elektronické podnikání a koncepce elektronického obchodování. Praha: Ekopress, 2012. 144 s. ISBN 78-80-86929-84-2.
2. FOSTER, Timothy, R. Jak získat a udržet zákazníka. Praha: Computer Press, 2003. 112 s. ISBN 80-7226-663-2.
3. SPÁČIL, Aleš. Péče o zákazníky. Co od nás zákazník očekává a jak dosáhnout jeho spokojenosti. Praha: Grada. 2003. 116. ISBN 80-247-0514-1.
4. ŠTENGLOVÁ, Ivana a BARTOŠÍKOVÁ, Miroslava. Společnost s ručením omezeným. 2. VYDÁNÍ. Praha: C.H.Beck, 2006. ISBN 80-7179-441-4.
5. SEDLÁK, Miroslav a MIKULÁŠKOVÁ, Petra. Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod. Objevte tajemství úspěšného internetového prodeje. Praha: Computer Press, 2012. 336 s. ISBN 978-80-2513-727-7.

Vedoucí diplomové práce:

JUDr. Vladislav Štefka

Ústav bezpečnostního inženýrství

Datum zadání diplomové práce:

8. února 2013

Termín odevzdání diplomové práce:

3. června 2013

Ve Zlíně dne 8. února 2013

  
prof. Ing. Vladimír Vašek, CSc.

*děkan*

L.S.

  
doc. RNDr. Vojtěch Křesálek, CSc.

*ředitel ústavu*

## **ABSTRAKT**

Hlavním přínosem této diplomové práce by mělo být poskytnutí právního náhledu ve vztahu k podnikání. Čtenář by po přečtení této práce měl získat základní znalosti o právních podmínkách v oblasti podnikání a o vztahu dozorových orgánů v oblasti podnikání.

Klíčová slova:

analýza, informační systém, internetový obchod, Business to Business, Business to Customer, distribuce, zákazník

## **ABSTRACT**

The main contribution of this thesis should be providing a legal view in relation to the conducting of business. After reading this work, readers should acquire a basic knowledge of legal conditions in the area of business and the relationship of supervisory authorities in the field of business.

Keywords:

Analysis, information system, e-commerce, Business-to-Business, Business-to-Customer, distribution, customer

Poděkování, motto

Na tomto místě bych ráda poděkovala JUDr. Vladislavu Štefkovi za odborné rady a za pomoc při zpracovávání své diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat obchodní společnosti NaVysokou s.r.o., za poskytnutí přístupu do svého interního systému, jež mi byl základním podkladem pro návrh obecného modelu informačního systému shopu.

**Prohlašuji, že**

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen v příruční knihovně Fakulty aplikované informatiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a jeden výtisk bude uložen u vedoucího práce;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zák. č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský z.) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

**Prohlašuji,**

- že jsem na diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
- že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

.....  
podpis diplomanta

**OBSAH**

<b>ÚVOD.....</b>	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>11</b>
<b>1 PRÁVNÍ ÚPRAVA PODNIKÁNÍ A JEJÍ SROVNÁNÍ S PODMÍNKAMI V E-SHOPU .....</b>	<b>12</b>
1.1 ZÁKLADNÍ PRÁVNÍ ÚPRAVA PODNIKÁNÍ .....	12
1.2 ZÁKLADNÍ SPRÁVNÍ ORGÁNY VE VZTAHU K PODNIKATELŮM .....	16
1.2.1 Finanční úřad (FÚ) .....	16
1.2.2 Živnostenský úřad (ŽÚ) .....	18
1.2.3 Zdravotní pojišťovna (ZP) .....	18
1.2.4 Česká správa sociálního zabezpečení (ČSSZ) .....	19
1.2.5 Státní úřad inspekce práce (SUIP) .....	20
1.3 PRÁVNÍ PODMÍNKY PODNIKÁNÍ V INTERNETOVÉM OBCHODĚ, JEJICH ZVLÁŠTNOSTI A SROVNÁNÍ .....	22
<b>2 PŘEHLED DOZOROVÝCH ORGÁNŮ VE VZTAHU K PODNIKÁNÍ A SPOTŘEBITELI .....</b>	<b>29</b>
2.1 PŘEHLED DOZOROVÝCH ORGÁNŮ .....	29
2.1.1 Česká obchodní inspekce (ČOI).....	29
2.1.2 Úřad pro ochranu osobních údajů (ÚOOÚ) .....	30
2.1.3 Státní veterinární správa (SVP).....	31
2.1.4 Státní úřad pro kontrolu léčiv (SÚKL).....	32
2.1.5 Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) .....	33
2.1.6 Státní rostlinolékařská správa (SRS).....	33
2.1.7 Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (UKZUZ).....	34
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>36</b>
<b>3 VÝHODY A NEVÝHODY NÁKUPU NA INTERNETU A V BĚŽNÉ PROVOZOVNĚ .....</b>	<b>37</b>
3.1 ZÁKLADNÍ POJMY V OBCHODOVÁNÍ .....	37
Obchod.....	37
E-commerce neboli elektronické obchodování.....	37
Rozdělení E-commerce.....	38
3.2 POTŘEBY PRO OBCHOD .....	40
3.3 TYPY OBCHODŮ.....	40
3.3.1 Charakteristika internetového shopu .....	40
3.3.2 Charakteristika kamenného obchodu .....	41
3.3.3 Kombinace kamenného a internetového obchodu .....	42
Kamenné obchody a jejich pobočky .....	42
Výdejní místa .....	42
3.4 POTŘEBY PRO KAMENNÝ A INTERNETOVÝ OBCHOD .....	42
3.4.1 Základní potřeby E-shopu .....	42
Webhosting .....	42
Internetové doména.....	43
Webová aplikace.....	43
3.4.2 Rozšiřující potřeby pro shop .....	44
Interní informační systém .....	44

On-line platební systém .....	44
3.4.3 Základní potřeby pro kamenný obchod .....	44
3.4.4 Rozšiřující potřeby pro kamenný obchod .....	44
Pokladní systém .....	44
3.5 DŮLEŽITÉ FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ NÁKUPY .....	45
Cena zboží .....	45
Doručení zboží .....	45
Prohlídka, vyzkoušení zboží, rozdílný právní rámec při koupi zboží .....	46
3.6 VÝHODY A NEVÝHODY .....	47
3.6.1 Výhody a nevýhody nákupů z pohledu zákazníků .....	47
Výhody Internetových nákupů ze strany zákazníka .....	47
Nevýhody Internetových nákupů .....	47
Výhody nákupů v kamenných obchodech .....	47
Nevýhody nákupů v kamenných obchodech .....	47
3.6.2 Výhody a nevýhody z pohledu prodejce .....	48
Výhody internetového shopu .....	48
Nevýhody Internetového shopu .....	48
Výhody kamenné provozovny .....	48
Nevýhody kamenné provozovny .....	48
3.7 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ .....	48
<b>4 OBECNÝ MODEL INFORMAČNÍHO SYSTÉMU ESHOPU .....</b>	<b>58</b>
4.1 SEZNAM MODULŮ .....	58
4.1.1 Banka .....	58
4.1.2 Dodavatelé .....	59
4.1.3 Expedice .....	61
4.1.4 Katalog zboží .....	61
4.1.5 Komunikace se zákazníkem .....	63
4.1.6 Nákupní košík .....	66
4.1.7 Objednávky .....	69
4.1.8 Pošta .....	69
Vnitrostátní zásilky .....	71
Mezinárodní zásilky .....	71
4.1.9 Reference objednávek .....	72
4.1.10 Skladová evidence .....	72
4.1.11 Synchronizace .....	73
4.1.12 Uživatelský přístup .....	75
4.1.13 Účetnictví .....	75
Reklamace ze strany prodejce .....	76
Reklamace ze strany zákazníka .....	76
4.1.14 Zboží k objednání .....	77
4.1.15 Zboží na cestě .....	78
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>80</b>
<b>ZÁVĚR V ANGLIČTINĚ .....</b>	<b>81</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>83</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>87</b>
<b>SEZNAM TABULEK .....</b>	<b>88</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>89</b>



SEZNAM OBRÁZKŮ .....	90
SEZNAM PŘÍLOH.....	91

## ÚVOD

Téma zabývající se problematikou prodeje v internetových a kamenných obchodech jsem si vybrala záměrně. V této oblasti mám mnohaleté zkušenosti, ze kterých bych v této práci ráda čerpala.

V teoretické části se pokusím shrnout z nejdůležitější právní podmínky podnikání v oblasti prodeje přes Internet a přehled základních dozorových orgánů ve vztahu k podnikání.

V praktické části zpracuji přehled všech základních výhod a nevýhod nákupů na Internetu a v běžné provozovně s následným provedením online dotazníkové šetření včetně vyhodnocení.

Dále navrhnu a vypracuji obecný model informačního systému shopu, který poté graficky znázorním pomocí celkového modelu. Model bude rozdělen do několika základních modulů s popisem. Zpracovaný model by měl být případnou pomůckou pro začínající podnikatele, kteří uvažují o shopu a doposud přesně nevědí, jaké funkce by informační systém shopu měl mít.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 PRÁVNÍ ÚPRAVA PODNIKÁNÍ A JEJÍ SROVNÁNÍ S PODMÍNKAMI V E-SHOPU

## 1.1 Základní právní úprava podnikání

Právní úprava podnikání náleží do oblasti soukromého práva. Soukromé právo je založeno na principu rovného postavení subjektů v právních vztazích, což znamená pouze to, že v soukromoprávních vztazích nemůže jeden subjekt druhému subjektu jakkoliv nařizovat plnění zákonných povinností.

Soukromé právo se tedy od práva veřejného odlišuje v tom, že v oblastech soukromého práva jsou si všechny strany rovny před zákonem a nelze jím nic nařizovat (zásada rovnosti). Naproti tomu v právu veřejném je situace opačná. Právo veřejné je postaveno na vztahu nadřízenosti (stát) a podřízenosti (občan).

Soukromé právo dělíme do tří částí:

- obecné právo soukromé – např. občanské právo (občanský zákoník)
- zvláštní soukromé právo – např. obchodní právo (obchodní zákoník)
- mezinárodní právo soukromé – např. zák. č. 97/1963 Sb., o mezinárodním právu soukromém (od 1. 1. 2014 bude nahrazen zák. č. 91/2012 Sb., o mezinárodním právu soukromém)

Právní úprava podnikání je zakotvena v občanském a obchodním právu.

*Občanské právo* je soubor právních norem, které upravují majetkoprávní vztahy fyzických a právnických osob, majetkové vztahy mezi těmito osobami a státem, vztahy vznikající z výsledků duševní tvořivé činnosti.

Hlavním pramenem je zák. č. 40/1960 Sb., občanský zákon (od 1. 1. 2014 Občanský zákoník č. 89/2012 Sb.,)

*Obchodní právo* soubor právních norem, které upravují majetkoprávní postavení podnikatelů a vztahy vznikající mezi nimi v souvislosti s jejich podnikatelskou činností.

Základním pramenem je zák. č. 513/1991 Sb., obchodní zákon

Obchodní zákoník je chápán jako zvláštní právní předpis, přičemž obchodní zákoník je ve vztahu „lex specialis“ k občanskému zákoníku. Z toho nám vyplývá,

že obchodní zákoník je zvláštním právním předpisem, který podrobněji doplňuje a specifikuje občanský zákoník.

Obchodní zákoník neupravuje právní podmínky podnikání. Ty jsou upraveny právním předpisem č. 455 / 1991 Sb., o živnostenském podnikání dále jen živnostenský zákon a zák. č. 570 / 1991 Sb., o živnostenských úřadech.

Je nutné rozlišit, jestli osoba bude podnikat jako Fyzická osoba (FO) nebo jako Právní osoba (PO). V obou případech jsou právní podmínky podnikání poněkud odlišné.

Právní podmínky pro zahájení podnikání jako fyzická osoba (živnostník) upravuje zák. č. 455 / 1991 Sb., o živnostenském podnikání.

Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem<sup>1</sup>.

Pro zahájení podnikatelské činnosti je nutné splnit všeobecné případně zvláštní podmínky pro provozování živnosti. Tyto podmínky jsou definovány v §6 a §7 živnostenského zákona.

*Všeobecné podmínky pro provozování živnosti §6 odst. 1*

*Dosažení věku 18 let*

*Způsobilost k právním úkonům*

Způsobilost k právním úkonům u fyzických osob (FO) vzniká dosažením plnoletosti (18 let). Fyzická osoba je způsobilá k právním úkonům vlastními právními úkony nabývat práv a brát na sebe povinnosti<sup>2</sup>.

Způsobilost k právním úkonům u PO vzniká zápisem do obchodního rejstříku.

---

<sup>1</sup> Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský z.). In: 87. 02.10.1991, roč. 1991, 455/1991, 87. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast1.aspx>

<sup>2</sup> Způsobilost k právním úkonům. Universum: Multimediální všeobecná encyklopedie [DVD-ROM]. Praha: 2011.

*Bezúhonnost*

Za bezúhonnou se pro účely tohoto zákona nepovažuje osoba, která byla pravomocně odsouzena pro trestný čin spáchaný úmyslně, jestliže byl tento trestný čin spáchán v souvislosti s podnikáním, anebo s předmětem podnikání, o který žádá nebo který ohlašuje, pokud se na ni nehledí, jako by nebyla odsouzena 25a)<sup>3</sup>.

*Zvláštní podmínky pro provozování živnosti §7*

- odborná nebo jiná způsobilost, pokud ji tento jiné zvláštní předpisy vyžadují

Živnosti dělíme: a) ohlašovací: řemeslné, vázané a volné

b) koncesované

Mezi nejvíce využívané živnosti pro provoz shopu či kamenného obchodu patří živnosti řemeslné a volné.

Živnost volnou definuje živnostenský zákon v §25 odst. 1 a ods.2.:

(1) Živnost volná je živnost opravňující k výkonu činností, pro jejichž provozování tento zákon nevyžaduje prokazování odborné ani jiné způsobilosti. K získání živnostenského oprávnění pro živnost volnou musí být splněny všeobecné podmínky (§ 6 odst. 1).

(2) Živnost volná a obory činností, které náleží do živnosti volné, jsou uvedeny v příloze č. 4 k tomuto zákonu.

Seznam živností volných je uveden v příloze číslo čtyři živnostenského zákona. Podrobný seznam volných živností přikládám do přílohy číslo I.

---

<sup>3</sup> Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský z.). In: 87. 02.10.1991, roč. 1991, 455/1991, 87. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast1.aspx>

Živnost řemeslná je definována v §20 téhož zákona. Pro splnění požadavku pro udělení živnostenského oprávnění v řemeslné živnosti je třeba splnit podmínku odborné způsobilosti<sup>4</sup>.

Druhou možností podnikání je založení obchodní společnosti (právnícké osoby) podle obchodního zákona. Všechny právnické osoby (PO) musí splňovat podmínky a provozovat živnost ve smyslu zákona o živnostenském podnikání. Pro získání živnosti pro ně platí stejné podmínky (jako u osoby samostatně výdělečně činné). Právnická osoba plní podmínky prostřednictvím svého odpovědného zástupce, jímž může být statutární zástupce, člen správní rady, prokurista, obchodní ředitel, předseda představenstva, podle toho jaký typ obchodní společnosti bude zakládán. Přesné podmínky pro založení obchodních společností či práva a povinnosti obchodních společností rozvádí zák. č. 513/1991 Sb., obchodní zákon.

V §56 – 75c jsou definovány obecná ustanovení, která jsou společná pro všechny typy obchodních společností.

Nejvíce využívanými obchodními společnostmi pro podnikání v oblastech internetových a kamenných obchodů jsou akciové společnosti a společnosti s ručením omezeným. Podmínky, práva a povinnosti při založení společnosti s ručením omezeným rozvádí §105 – 153 obchodního zákoníku.

Formu obchodní společnosti s ručením omezeným využívají větší podnikatelské subjekty, především z důvodu krytí společnosti do výše splaceného vkladu, který činí dvě stě tisíc korun. Společník (vlastník/ci) v případě krachu společnosti ručí pouze do výše svého/svých nesplacených vkladů. Tento typ obchodní společnosti je využíván především z důvodů majetkových. Oproti podnikání jako osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ) je to v tomto ohledu výhodnější, protože OSVČ ručí za své podnikání celý svým majetkem.

---

<sup>4</sup> Zákon. o živnostenském podnikání (živnostenský z.). In: 87. 02.10.1991, roč. 1991, 455/1991, 87. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast2.aspx>

Další využívanou formou obchodní společnosti je akciová společnost, kterou využívají velké obchodní společnosti. Individuální podmínky jejího založení upravuje obchodní zákoník v §154 a dále.

Akciovou společnost většinou označujeme „a.s.“. U tohoto typu společnosti je nutné složení základního kapitálu v hodnotě dvou milionů korun, což může být právě důvodem proč tento typ využívají velké (majetné) společnosti. Velkou výhodou je, že z vnější stránky působí „profesionálnější“ dojmem. Ovšem nevýhodou je poměrně složité zakládání a vedení obchodní společnosti.

## 1.2 Základní správní orgány ve vztahu k podnikatelům

Podnikatel musí plnit a dodržovat řadu právních norem ve vztahu ke správním orgánům. K základním správním orgánům, jež dozorují dodržování práv a povinností podnikatelů patří: Finanční úřad, Živnostenský úřad, Zdravotní pojišťovna, Česká správa sociálního zabezpečení, Úřad inspekce práce.

### 1.2.1 Finanční úřad (FÚ)

Finanční úřad náleží pod Ministerstvo financí do oddělení České daňové správy České republiky. Oficiální webové stránky se nacházejí na <http://cds.mfcr.cz/cps/rde/xchg/cds/>

Finanční úřad je v České republice územně organizační jednotka státu pro správu daní, je řízena příslušným finančním ředitelstvím. Finanční ředitelství a finanční úřady byly zřízeny v roce 1991 na základě zák. č. 531/1990 Sb., o územních finančních orgánech<sup>5</sup>.

Finanční úřady vykonávají dozorovou činnost nad podnikatelskými subjekty např. v oblastech:

- správy daní (DPH, silniční daň, daň z příjmů aj.) a poplatků
- správy a čerpání dotací

---

<sup>5</sup> Finanční úřad. Universum: Multimediální všeobecná encyklopedie [DVD-ROM]. Praha: 2011.



- ukládání pokut, vyměřování a vybírání penále za nezaplacené daně od podnikatelských subjektů
- kontroly účetnictví

Podrobněji o věcné působnosti finančních úřadů pojednává §10 zák. č. 456/2011 Sb., o Finanční správě České republiky

K právním předpisům, jež Finanční úřad dozoruje patří např.:

- zák. č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů
- zák. č. 563/1991 Sb., o účetnictví
- zák. č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty
- zák. č. 280/2009 Sb., daňový řád
- zák. č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích
- zák. č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech (rozpočtová pravidla)

### **Základní povinnosti podnikatelů vůči Finančnímu úřadu**

Každý podnikatel, který zahájí svoji podnikatelskou činnost je povinen podat registraci k daním na místně příslušném FÚ. Povinnost ukládá §125 zák. č. 280/2009 Sb., daňový řád. „Registrační povinnost vzniká daňovému subjektu, kterému vznikne povinnost podat přihlášku k registraci k jednotlivé dani“<sup>6</sup>.

Finanční úřad po zaregistrování podnikatele vystaví podnikateli „Osvědčení“ a přidělí identifikační číslo osoby (IČO), které musí podnikatel uvádět ve všech případech. Příloha číslo II. vyobrazuje vydané osvědčení.

V podnikatelské činnosti v oblasti obchodování na Internetu je nejdůležitější podmínkou dodržování termínů a řádné podávání přiznání k dani z přidané hodnoty (DPH-čtvrtletně, ročně – je-li podnikatel plátce), silniční dani či dani z příjmů a především pravidelné placení daní.

---

<sup>6</sup> Registrační povinnost. In: Kurzy.cz [online]. 2013 [cit. 2013-04-12]. Dostupné z: <http://zakony.kurzy.cz/280-2009-danovy-rad/paragraf-125-az-126/>

### 1.2.2 Živnostenský úřad (ŽÚ)

Živnostenské úřady bývají nejčastěji zřízeny jako samostatné odbory správy města. Živnostenské úřady vedou živnostenské rejstříky, do kterých zapisují podnikatele, kteří mají živnost v územním obvodu působnosti. Veřejný živnostenský rejstřík můžeme nalézt i na Internetu na <http://www.rzp.cz/> . Kompetence živnostenských úřadů upravuje zák. č. 570/1991 Sb., o živnostenských úřadech a zák. č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

Svou dozorovou činnost nad podnikateli vykonávají zejména podle § 61 - 66 živnostenského zákona.

### 1.2.3 Zdravotní pojišťovna (ZP)

Zdravotní pojišťovny náleží do resortu Ministerstva zdravotnictví České Republiky. V současné době je v České republice evidováno 9 zdravotních pojišťoven.

Kompetence zdravotních pojišťoven upravuje zák. č. 551/1991 Sb., o všeobecné zdravotní pojišťovně ČR, a zák. č. 280/1992 Sb., o resortních, oborových, podnikových a dalších zdravotních pojišťovnách.

V souvislosti s podnikatelskou činností vyplývají pro podnikatele povinnosti v odvodu dávek na zdravotní pojištění. Osoby samostatně výdělečně činné musí zdravotní pojištění odvádět sami za sebe. Za zaměstnance obchodních společností odvádí zdravotní pojištění zaměstnavatel (podnikatel).

K základním povinnostem osob samostatně výdělečně činných u zdravotních pojišťoven patří:

- řádné přihlášení u zdravotní pojišťovny do osmi dnů od zahájení a ukončení výdělečné činnosti
- odvádět zálohy na zdravotním pojištění
- do 8 dnů po podání daňového přiznání doplatit rozdíl mezi zálohami a skutečnou výší pojistného

U osob samostatně výdělečně činných existuje výjimka v placení zdravotního pojištění. Podniká-li student (osoba soustavně se připravující na výkon povolání mladší 26 - let), tak přestože doposud nedosáhl 26 let, tak z důvodu podnikání musí zálohy na zdravotním pojištění odvádět.

K základním povinnostem zaměstnavatele patří:

- do osmi dnů od přijetí zaměstnance nahlásit zdravotní pojišťovně údaje o zaměstnanci
- řádně platit za zaměstnance zálohy na zdravotním pojištění
- vést evidenci o uskutečněných platbách

Zdravotní pojišťovna pravidelně kontroluje zaměstnavatele i osoby samostatně výdělečně činné, zda řádně platí odvody na zdravotním pojištění. Doporučuje se podnikatelům i osobám samostatně výdělečně činným, aby pojištění řádně platili, protože penále se mohou vyvýšit až o mnohonásobně více než měl podnikatel původně zaplatit.

#### 1.2.4 Česká správa sociálního zabezpečení (ČSSZ)

ČSSZ je samostatnou organizací podřízenou Ministerstvu práce a sociálních věcí.

Byla ustanovena, s účinností od 1. září 1990, zákonem ČNR č. 210/1990 Sb., o změnách v působnosti orgánů České republiky a o změně zákonů č. 20/1966 Sb., o péči o zdraví lidu, kterým byl novelizován z. ČNR č. 114/1988 Sb., o působnosti orgánů ČSR v sociálním zabezpečení<sup>7</sup>.

Dozorovou činnost vykonává v souladu se zák. č. 582/1991 Sb., o organizaci a provádění sociálního zabezpečení v oblastech důchodového a nemocenského pojištění, či lékařské posudkové služby.

Hlavní úkoly ČSSZ:

- vybírá pojistné na sociální zabezpečení a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti
- rozhoduje o povinnosti občana vrátit dávku důchodového pojištění poskytnutou neprávem nebo v nesprávné výši, pokud je o této dávce oprávněna rozhodovat

---

<sup>7</sup> Profil organizace. In: Česká správa sociálního zabezpečení [online]. 2013 [cit. 2013-04-12]. Dostupné z: <http://www.cssz.cz/cz/o-cssz/profil-organizace/>

- rozhoduje o povinnosti organizace nahradit neprávem vyplácené částky na dávce důchodového pojištění, pokud je o této dávce oprávněna rozhodovat
- rozhoduje o odvoláních ve věcech, v nichž v prvním stupni rozhodla okresní správa sociálního zabezpečení
- rozhoduje o odstranění tvrdostí, které by se vyskytly při provádění sociálního zabezpečení, pokud jí bylo v jednotlivých případech svěřeno
- u podnikatelů provádí kontroly odvodů příspěvků na sociální zabezpečení
- stanovuje a vymáhá případné sankce za nedoplatky na sociálním pojištění

K další právním předpisům, které dozoruje, patří:

- zák. č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění
- zák. č. 155/1995 Sb., o důchodovém pojištění
- zák. č. 582/1991 Sb., o organizaci a provádění sociálního zabezpečení
- zák. č. 100/1988 Sb., o sociálním zabezpečení

Základní vztah podnikatelských subjektů k ČSSZ je založen na oznamovací povinnosti (přihlášení) a následných odvodech pojistného na sociální pojištění.

Sociální pojištění (zabezpečení) se skládá z: nemocenského pojištění, důchodového pojištění a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti.

Podnikatelské subjekty, které budou účastníky na sociálním pojištění (zabezpečení) můžeme rozdělit do dvou skupin. První skupinu budou tvořit osoby samostatně výdělečně činné (živnostníci), druhou skupinu budou tvořit zaměstnavatelé (právnícké osoby), které budou za své zaměstnance pojistné na sociálním zabezpečení odvádět.

### 1.2.5 Státní úřad inspekce práce (SUIP)

Státní úřad inspekce práce je správní úřad podřízený Ministerstvu práce a sociálních věcí. Kompetence upravuje zák. č. 251/2005 Sb., o inspekci práce. Hlavním úkolem SUIP je dozorová činnost nad dodržováním pracovně právních předpisů, ke kterým patří např.:

- zák. č. 262/2006 Sb., zákoník práce
- nařízení vlády č. 564/2006 Sb., o platových poměrech zaměstnanců ve veřejných službách a správě, ve znění pozdějších předpisů

- nařízení vlády č. 567/2006 Sb., o minimální mzdě, o nejnižších úrovních zaručené mzdy, o vymezení ztíženého pracovního prostředí a o výši příplatku ke mzdě za práci ve ztíženém pracovním prostředí, ve znění pozdějších předpisů
- nařízení vlády č. 222/2010 Sb., o katalogu prací ve veřejných službách a správě
- vyhláška č. 288/2003 Sb., kterou se stanoví práce a pracoviště, které jsou zakázány těhotným ženám, kojícím ženám, matkám do konce devátého měsíce po porodu a mladistvým, a podmínky, za nichž mohou mladiství výjimečně tyto práce konat z důvodu přípravy na povolání
- nařízení vlády č. 590/2006 Sb., kterým se stanoví okruh a rozsah jiných důležitých osobních překážek v práci
- nařízení vlády č. 589/2006 Sb., kterým se stanoví odchylná úprava pracovní doby a doby odpočinku zaměstnanců v dopravě, ve znění nařízení vlády č. 353/2008 Sb.
- zák. č. 118/2000 Sb., o ochraně zaměstnanců při platební neschopnosti zaměstnavatele a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- zák. č. 73/2011 Sb., o Úřadu práce České republiky a o změně souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- zák. č. 174/1968 Sb., o státním odborném dozoru nad bezpečností práce, ve znění pozdějších předpisů

Ve vztahu k podnikatelům provádí inspektoři kontrolní činnost u zaměstnavatelů, kde se zaměřují na kontrolu dodržování bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (BOZP) či dodržování pracovně právních předpisů (zákaz diskriminace aj.).

### 1.3 Právní podmínky podnikání v internetovém obchodě, jejich zvláštnosti a srovnání

Specifika právní úpravy podnikání v oblastech internetových obchodů vychází především ze tří základních právních norem. První právní normou je občanský zákoník, druhou zákon o ochraně spotřebitele a třetí je obchodní zákoník.

#### *Živnostenské oprávnění*

Pro založení e-shopu musí budoucí podnikatel splnit základní podmínky pro založení živnosti (více v předchozí kapitole). Nejvíce využívanou živností pro podnikatelskou činnost prostřednictvím Internetu je živnost volná. V současnosti stačí mít zřízenou živnost volnou, která obsahuje 80 činností. Podnikatel si může vybrat pouze některé živnosti či všech 80 živností.

Ze zkušeností mohu napsat, že některý živnostenský úřad vyžaduje mít ohlášené jen konkrétní živnosti a některým živnostenským úřadům je zcela jedno, zda má podnikatel ohlášeny (vybrány) všechny živnosti nebo jen některé.

Oficiálně je třeba podle mít především zřízenou živnost podle nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností, spadá provozování internetového obchodu do živnosti volné "Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona", oboru č. 48 "Velkoobchod a maloobchod". Obsahová náplň tohoto oboru činnosti je určena uvedeným vládním nařízením takto: Činnosti spojené s nákupem a prodejem zboží za účelem jeho dalšího prodeje k další podnikatelské činnosti (velkoobchod) a činnosti spojené s nákupem a prodejem zboží za účelem jeho prodeje přímému spotřebiteli a prodej tohoto zboží (maloobchod)<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Volná živnost - Maloobchod provozovaný mimo řádné provozovny. In: Městská část Praha 1 [online]. 2008 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z: <http://www.praha1.cz/cps/ptejte-se-3865.html>

Při podnikatelské činnosti se zřízenou kamennou pobočkou je nutné mít zřízenou a ohlášenou provozovnu. Provozovnu definuje živnostenský zákon podle § 17 ods. 1 a ods. 2

(1) Provozovnou se pro účely tohoto zákona rozumí prostor, v němž je živnost provozována. Za provozovnu se považuje i automat nebo obdobné zařízení sloužící k prodeji zboží nebo poskytování služeb (dále jen „automat“) a mobilní provozovna.

(2) Mobilní provozovna je provozovna, která je přemístitelná a není umístěna na jednom místě po dobu delší než tři měsíce<sup>9</sup>.

Další povinnosti při zřízení provozovny uvádí stejnojmenný paragraf v odstavci 3 až 10.

#### *Daňová povinnost - Daň z přidané hodnoty*

Podnikatel, jemuž bylo vydáno osvědčení o registraci na FÚ může či musí být plátcem daně z přidané hodnoty. Podmínky pro placení DPH určuje zák. č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty v § 6

(1) Plátcem se stane osoba povinná k dani se sídlem v tuzemsku, jejíž obrat za nejvýše 12 bezprostředně předcházejících po sobě jdoucích kalendářních měsíců přesáhne 750 000 Kč (Tato novelizace nabývá účinnosti 1. ledna 2015.), s výjimkou osoby, která uskutečňuje pouze plnění osvobozená od daně bez nároku na odpočet daně.

(2) Osoba povinná k dani uvedená v odstavci 1 je plátcem od prvního dne druhého měsíce následujícího po měsíci, ve kterém překročila stanovený obrat, nestane-li se podle tohoto zákona plátcem dříve<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Živnostenský zákon. In: 87. 1991, č. 455, 87. Dostupné z: <http://zakony-online.cz/?s8&q8=17>

<sup>10</sup> Zákon o dani z přidané hodnoty. In: 78. 2004, č. 235, 78. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/dph/cast1h2d1.aspx>

*Práva a povinnosti prodejců ke spotřebitelům při nákupu v shopech*

Při nákupu přes Internet vznikají zákazníkům (spotřebitelům) jiná práva a povinnosti než při nákupu v kamenném obchodu. Při nákupu se uzavírá kupní smlouva mezi prodejcem a spotřebitelem.

Spotřebitel je právnická nebo fyzická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami<sup>11</sup>.

Podnikatelem podle obchodního zákoník je:

- osoba zapsaná v obchodním rejstříku
- osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění
- osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů
- fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu<sup>12</sup>

Prodej zboží přes internet se uskutečňuje prostřednictvím komunikace na dálku, kterou definuje občanský zákoník v §53

Pro uzavření smlouvy mohou být použity prostředky komunikace na dálku, které umožňují uzavřít smlouvu bez současné fyzické přítomnosti smluvních stran. Prostředky komunikace na dálku se rozumí zejména neadresovaný tisk, adresovaný tisk, typový dopis, reklama v tisku s objednávkovým tiskopisem, katalog, telefon s (lidskou) obsluhou, telefon bez (lidské) obsluhy (automatický volací přístroj, audiotext), rozhlas, videotelefon (telefon s obrazovkou), videotext

---

<sup>11</sup> Zák. č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. In: <http://business.center.cz/> [online]. 1998 - 2013 [cit. 2013-04-12]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/spotrebitel/>

<sup>12</sup> Obchodní zákoník. In: 1991. 18. prosince 1991, roč. 1991, 513/1991 Sb., 98. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast1.aspx>



(mikropočítač a televizní obrazovka), elektronická pošta, faxový přístroj, televize (televizní nákup, teleshopping), veřejná komunikační síť, například internet<sup>13</sup>.

Pro spotřebitele je nakupování přes Internet výhodné zejména v tom, že mohou při zakoupení zboží v případě nevyhovujícího výrobku zboží vrátit do 14 dní od převzetí bez udání důvodu. Přesné podmínky institutu odstoupení od smlouvy rozvádí § 53 v odst. 7.

„Byla-li smlouva uzavřena při použití prostředků komunikace na dálku, má spotřebitel právo od smlouvy odstoupit bez uvedení důvodu a bez jakékoliv sankce do 14 dnů od převzetí plnění“<sup>14</sup>.

Tato možnost bývá spotřebiteli velmi často využívána ve smyslu: „Objednám si zboží, vyzkouším si ho a případně ho vrátím, vždyť první použití prodejce nepoznám.“ S touto myšlenkou se setkáváme takřka denně u všech osoby, jež nakupují přes Internet.

Na jednu stranu je to pro spotřebitele výhodné, druhou stránkou je, že prodejcům vznikají náklady, které jim nikdo nezaplatí. Ve velké většině se vrácené zboží nedá již znovu prodat jako nové a prodejce musí zboží zlevnit s poznámkou, že se jedná o rozbalené zboží. Takové zboží se těžko prodává, neboť téměř každý zákazník, chce mít při nákupu jistotu, že zboží je nové, originálně zabalené a nepoužité.

Dalším problémem prodejce je, že při vrácení zboží zákazníkem do 14 dní by měl prodejce vracet spotřebitelům poštovné a balné. I když tato otázka je velmi diskutabilní. Dá se říci, že prodejce je ze strany zákona jakoby „diskriminován“. Myslíte si to taky?

Pokud zákazníci objednají zboží:

---

<sup>13</sup> Občanský zákoník. In: 40. 1964, č. 40, 19. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcanzak/cast1.aspx#par53>

<sup>14</sup> Občanský zákoník. In: 40. 1964, č. 40, 19. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcanzak/cast1.aspx#par54b>

- prodejci má povinnost objednávky vyřídit – účtuje zákazníkům náklady na přepravu a balné

Pokud zákazník vrátí zboží:

- prodejci mají povinnost zboží převzít a vrátit zákazníkům celou částku včetně poštovného a balného

Co z toho vyplývá pro obchodníky? Obchodníci odešlou nové zboží v domněnání, že zákazníci objednávky převezmou a zboží si ponechají. Namísto toho, zákazníci zboží rozbali a vrátí do 14 dní prodejcům s požadavkem na vrácení celé částky, včetně poštovného a balného.

Prodejci musí vrátit celou částku, z čehož vyplývá, že z objednávek mají nulový zisk a navíc jim zůstane na skladě vrácené (rozbalené) velmi těžko prodejné zboží.

Další opět nepříznivou situací pro obchodníky ze stran zákonů jsou případy nepřevzatých vrácených zásilek.

Tyto případy vznikají při objednávání zboží, kdy jsou zákazníci ze zákona povinni zásilky řádně převzít a zaplatit.

Situace se zpravidla děje tak, že zákazníci si objednají stejné zboží u více obchodníků a ten obchod, jež zboží odešle nejrychleji, toho zásilku převezmou. Od ostatních obchodníků, kteří odešlou zásilku později zásilku nepřeberou a zásilka se obchodníkům navrátí zpět jako nepřevzatá (storno). Poštovné (přepravné) je obchodníkům vráceno v částkách korun, což nepokryje náklady na celkové odeslání zásilek. V mnoha případech se opět jedná o zboží objednané speciálně do objednávek pro zákazníky. Prodejci tak opět vznikají náklady místo zisku a zákazník je nepostižitelný, protože i když zákon zákazníkům ukládá povinnost v §612 občanského zákona, tak reálně není možné donutit zákazníky, aby své povinnosti splnily. Protože dokázat zákazníkovi, že objednávku zadal on, můžete jen pravomocným rozsudkem soudu. Bez něho stačí, aby zákazník kdykoliv prohlásil jedině: „Já si to neobjednal.“

Na Internetu lze na toto téma naleznout mnoho diskuzí, jakým způsobem to jednotlivý prodejci řeší. Někteří uvádí ve svých obchodních podmínkách možnosti sankcí, jiní že předají adresní údaje „vymahačské společnosti“. Obě tato řešení

jsou na hraně zákonnosti. Jediná možnost, kterou mohou využít je občansko - právní řízení před soudem.

I zde ovšem mají takřka nulovou šanci zvítězit soudní spor.

Při použití komunikačních prostředků na dálku je zde „jakási“ nedokazatelnost toho, kdo přesně zboží objednal.

Příklad. Zboží objednal pan Novák, který zboží nepřevzal. Obchodník se obrátí na soud, s tím že se bude odkazovat na ono ustanovení §612 občanského zákona, jež pan Novák porušil. Pan Novák bude chytrý a bude se hájit tím, že mu musí dokázat, že před PC či jiným komunikačním prostředkem na dálku opravdu seděl on, a že objednávku objednal. Pan Novák se bude vymlouvat, že u prostředků komunikace na dálku nevytvořil on, ale jeho pětileté dítě. Těžko tedy dokázat, kdo opravdu objednávku učinil. Z toho důvodu je to pro obchodníky takřka prohraný soudní spor, ze kterého budou mít jen další náklady namísto zisku.

Myslím, si že tato problematika by měla být v zákonech zpřesněna.

Když se vyskytnou spotřebitelům problémy s obchodníky či reklamacemi, tak se spotřebitelé obrazejí na dozorové orgány či na různé poradny spotřebitelů, kde dokážou poradit právní možnosti, tak aby spotřebitelům bylo vyhověno v jejich požadavcích (zák. č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.).

Z výše nastíněné problematiky, se kterou se prodejci setkávají denně, se ztrácí zásada rovnoprávnosti, na které je položen základní zákon upravující práva a povinnosti mezi podnikateli a spotřebiteli.

Při procházení internetových diskuzí na tuto problematiku jsem narazila na zajímavý příspěvek od provozovatele shopu, který celou situaci začal řešit rázným zákonným způsobem. Zavedl službu ověřování objednávek na dobírku pomocí Premium SMS. Tato služba se mi líbila a zakomponovala jsem ji do svého navrhovaného obecného modelu informačního systému shopu.

Zavedením této služby by obchodník měl minimalizovat nepřevzaté dobírky ze stran zákazníků, čímž ušetří značné náklady ale i v případné nepřevzaté zásilky. V případě soudního sporu je dohledatelné, kdo ověřovací SMS odeslal a tím takřka zajištěno, že soudní spor by mohl prodejce vyhrát.

Pouze ovšem jestliže odeslaná ověřovací SMS byla z tarifního čísla nikoliv v předplacené karty, které jsou anonymní.

Od roku 2014 bude v platnosti nový občanský zákoník, který přinese podstatné změny i v oblastech internetového podnikání (prodeje) doufejme tedy, že se zákonodárce zamyslel a vztah prodejce a spotřebitele bude vyrovnanější.

## 2 PŘEHLED DOZOROVÝCH ORGÁNŮ VE VZTAHU K PODNIKÁNÍ A SPOTŘEBITELI

Správní orgány v České republice tvoří velmi rozsáhnou členitou oblast. Z toho důvodu bude v této diplomové práci zpracován pouze přehled základních dozorových orgánů, jež mají vztah k podnikatelským činnostem a spotřebitelům.

### 2.1 Přehled dozorových orgánů

#### 2.1.1 Česká obchodní inspekce (ČOI)

Česká obchodní inspekce je orgánem státní správy podřízeným Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. Činnost je upravena zák. č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci.

Česká obchodní inspekce kontroluje a dozoruje právnické a fyzické osoby prodávající nebo dodávající výrobky a zboží na vnitřní trh, poskytující služby nebo vyvíjející jinou podobnou činnost na vnitřním trhu, poskytující spotřebitelský úvěr nebo provozující tržště (tržnice), pokud podle zvláštních právních předpisů nevykonává tento dozor jiný správní úřad<sup>15</sup>.

Vykonává dozor nad dodržování souladu se zákony:

- zák. č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
- zák. č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky
- zák. č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků
- zák. č. 477/2001 Sb., o obalech
- zák. č. 86/2002 Sb., o ochraně ovzduší
- zák. č. 311/2006 Sb., o pohonných hmotách
- zák. č. 379/2005 Sb., o opatřeních k ochraně před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami
- zák. č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních

---

<sup>15</sup> Působnost úřadu. In: Česká obchodní inspekce [online]. 2012 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/cz/o-coi/pusobnosturadu/>

- zák. č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru
- zák. č. 189/1999 Sb., o nouzových zásobách ropy
- zák. č. 253/2008 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu
- zák. č. 56/2001 Sb., o podmínkách provozu vozidel na pozemních komunikacích (např. taxislužby apod.)
- zák. č. 247/2006 Sb., o omezení provozu zastaváren a některých jiných provozoven v noční době
- zák. č. 552/1991 Sb., o státní kontrole<sup>16</sup>

Česká obchodní inspekce je nejdůležitějším dozorovým orgánem ve vztahu podnikatelským subjektů a spotřebitelů. Svou dozorovou činnost vyvíjí především v dodržování zák. č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. V oblastech internetového podnikání kontroluje zejména soulad a dodržování obchodních podmínek se zákonem.

### 2.1.2 Úřad pro ochranu osobních údajů (ÚOOÚ)

Úřad pro ochranu osobních údajů patří do skupiny správních úřadů, který je podřízen Ministerstvu vnitra.

Úřad pro ochranu osobních údajů je nezávislým orgánem, který:

- provádí dozor nad dodržováním zákonem stanovených povinností při zpracování osobních údajů
- vede registr povolených zpracování osobních údajů
- přijímá podněty a stížnosti občanů na porušení
- poskytuje konzultace v oblasti ochrany osobních údajů
- dozor nad dodržováním povinností při šíření obchodních sdělení
- projednávání správních deliktů v oblastech zvláštních zpracování osobních údajů
- Vytváření a převod elektronických identifikátorů pro státní registry

---

<sup>16</sup> Česká obchodní inspekce [online]. 2012 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/cz/o-coi/pusobnosturadu/>

Činnost úřadu je vymezena zák. č.101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů.

Vykonává dozor nad dodržováním souladu se zákony:

- zák. č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti,
- zák. č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zák. č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání
- zák. č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů
- zák. č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích
- zák. č. 111/2009 Sb., o základních registrech
- zák. č. 133/2000 Sb., o evidenci obyvatel a rodných číslech

V oblasti obchodování zaujímá Úřad pro ochranu osobních údajů činnost především v dozoru nad dodržováním povinností při šíření obchodních sdělení a v dodržování povinností při zpracování osobních údajů v oblasti elektronických komunikací.

### 2.1.3 Státní veterinární správa (SVP)

I tento správní orgán je podřízen Ministerstvu zemědělství. Státní veterinární správa je zřízena zák. č. 166/1999 Sb., o veterinární péči.

Základní činností Státní veterinární správy je: „ochrana spotřebitelů před případnými zdravotně závadnými produkty živočišného původu, monitorování a udržování příznivé nakažové situace zvířat, veterinární ochrana státního území České republiky, ochrana pohody zvířat a ochrana před jejich týráním<sup>17</sup>“.

Vykonává dozor nad dodržováním souladu se zákony:

- zák. č. 381/1991 Sb., o Komoře veterinárních lékařů České republiky
- zák. České národní rady č. 246/1992 Sb., na ochranu zvířat proti týrání
- zák. č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
- zák. č. 91/1996 Sb., o krmivech

---

<sup>17</sup> Státní veterinární správa. In: Úkoly státní veterinární správy [online]. 2006 [cit. 2013-03-28]. Dostupné z: <http://www.svs.cz/>

- zák. č. 378/2007 Sb., o léčivech
- zák. č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích
- zák. č. 167/1998 Sb. o návykových látkách

#### 2.1.4 Státní úřad pro kontrolu léčiv (SÚKL)

Zřizovatelem Státního úřadu pro kontrolu léčiv je Ministerstvo zdravotnictví. Kompetence Státního úřadu pro kontrolu léčiv upravuje zák. č. 378/2007 Sb., o léčivech.

Je správním orgánem, který kontroluje zejména:

- ceny a úhrady – SÚKL rozhoduje o maximálních cenách léčivých přípravků a o výši a podmínkách jejich úhrad
- výdeje, prodeje a přípravy léčiv – do této oblasti spadá výdej osvědčení o technickém a věcném vybavení a dále kontrola dodržování legislativních požadavků
- registrace léčiv – každý hromadně vyráběný léčivý přípravek podléhá před uvedením na trh v České republice registraci
- dozor nad výrobou léčiv – dozorové aktivity v oblasti výroby léčiv, správné klinické a laboratorní praxe
- laboratorní činnosti a lékopisy – rozbory léčiv požadované zákonem (např. z namátkových kontrol léčiv na trhu, propouštění šarží)

K dozorovým aktivitám nad dodržování zákonnosti patří např.:

- vyhláška č. 229/2008 Sb., o výrobě a distribuci léčiv, ve znění pozdějších předpisů
- vyhláška č. 228/2008 Sb., o registraci léčivých přípravků, ve znění pozdějších předpisů
- vyhláška č. 106/2008 Sb., o správné praxi prodejců vyhrazených léčivých přípravků a o odborném kurzu prodejců vyhrazených léčivých přípravků
- vyhláška č. 226/2008 Sb., o správné klinické praxi a bližších podmínkách klinického hodnocení léčivých přípravků, ve znění pozdějších předpisů
- zák. č. 167/1998 Sb., o návykových látkách



### 2.1.5 Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI)

Státní zemědělská a potravinářská inspekce je správním úřadem podřízeným Ministerstvu zemědělství České republiky. Je zřízena zákonem číslo 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci.

Hlavní činností Státní zemědělské a potravinářské inspekce je kontrola právnických a fyzických osob, které uvádějí do oběhu zemědělské výrobky, potraviny či suroviny určené k výrobě.

Dozor nad dodržováním souladu se zákonem vykonává především v:

- zák. č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích
- zák. č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a Nařízení vlády č. 317/2012 Sb., kterým se stanoví formulář dokladu o původu některých druhů lihu, destilátu a některých druhů lihovin

### 2.1.6 Státní rostlinolékařská správa (SRS)

Státní rostlinolékařská správa je správní úřad rostlinolékařské péče s působností na území České republiky podřízený Ministerstvu zemědělství.

Státní rostlinolékařská správa je zřízena zákonem číslo 326/2004 Sb., o rostlinolékařské péči.

Ke kompetencím SRS patří zejména:

- ochrana v oblastech ochrany rostlin a rostlinných produktů proti škodlivým organismům
- ochrany proti zavlékání organismů škodlivých rostlinám a rostlinným produktům do České republiky
- registrace přípravků na ochranu rostlin a mechanizačních prostředků na ochranu rostlin

Vykonává dozor nad souladem s právním řádem v:

- vyhláška č. 327/2012 Sb., o ochraně včel, zvěře, vodních organismů a dalších necílových organismů při použití přípravků na ochranu rostlin
- vyhláška č. 328/2004 Sb., o evidenci výskytu a hubení škodlivých organismů ve skladech rostlinných produktů a o způsobech zjišťování a

regulace jejich výskytu v zemědělských veřejných skladech a skladech Státního zemědělského intervenčního fondu

- vyhláška č. 32/2012 Sb., o přípravcích a dalších prostředcích na ochranu rostlin
- vyhláška č. 331/2004 Sb., o opatřeních k zabezpečení ochrany proti zavlékání a šíření původce bakteriální kroužkovitosti bramboru a původce bakteriální hnědé hniloby, ve znění vyhlášky č. 328/2008 Sb.
- vyhláška č. 332/2004 Sb., o opatřeních k zabezpečení ochrany proti zavlékání a šíření původce rakoviny bramboru, hád'átka bramborového a hád'átka nažloutlého, ve znění vyhlášky č. 75/2010 Sb.
- vyhláška č. 333/2004 Sb., o odborné způsobilosti na úseku rostlinolékařské péče
- vyhláška č. 334/2004 Sb., o mechanizačních prostředcích na ochranu rostlin, ve znění vyhlášky č. 147/2009 Sb.
- vyhláška č. 175/2005 Sb., o náhradách nákladů za odborné úkony provedené Státní rostlinolékařskou správou
- vyhláška č. 215/2008 Sb., o opatřeních proti zavlékání a rozšiřování škodlivých organismů rostlin a rostlinných produktů, ve znění vyhlášky č. 159/2009 Sb. a vyhlášky č. 76/2010 Sb.

#### **2.1.7 Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (UKZUZ)**

Je zřízen Ministerstvem zemědělství České republiky jako specializovaný orgán státní správy. Zřízen zákonem číslo 147/2002 Sb., o Ústředním kontrolním a zkušebním ústavu zemědělském.

Provádí správní řízení a vykonává jiné správní činnosti, odborné a zkušební úkony, kontrolní a dozorové činnosti v oblasti odrůdového zkušebnictví, krmiv, agrochemie, půdy a výživy rostlin, osiv a sadby pěstovaných rostlin, trvalých

kultur (vinohradnictví a chmelařství), ekologického zemědělství a v oblasti živočišné produkce<sup>18</sup>.

- zák. č. 219/2003 Sb., o uvádění do oběhu osiva a sadby pěstovaných
- vyhláška č. 378/2010 Sb. o stanovení druhového seznamu pěstovaných rostlin
- Vyhláška č. 449/2006 Sb., o stanovení metodik zkoušek odlišnosti, uniformity, stálosti a užitné hodnoty odrůd

---

<sup>18</sup> Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský. In: Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský [online]. 2013 [cit. 2013-03-28]. Dostupné z: <http://www.ukzuz.cz/>

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

### 3 VÝHODY A NEVÝHODY NÁKUPU NA INTERNETU A V BĚŽNÉ PROVOZOVNĚ

Celkový obrat internetových obchodů stále roste a za rok 2012 činil obrat přes 43 miliard korun. Na jedné straně dochází k prudkému rozvoji, propojování a seskupování obchodů pro získání větší tržní síly, ale na druhé straně se objevuje stále více obchodů provozovaných jednotlivci jako vedlejší činnost (jako druhé zaměstnání), protože samotný internetový obchod by již nebyl majitele schopen uživit.

#### 3.1 Základní pojmy v obchodování

Pro jednodušší pochopení obsahu této kapitoly je třeba definovat a charakterizovat nejdůležitější pojmy využívané v oblasti obchodování.

K nejdůležitějším pojmům patří:

E-commerce (ecommerce), E-Business, E-Government, Eshop (shop či e-shop), obchod.

##### ***Obchod***

Obchod bývá charakterizován jako lidská činnost, která spočívá ve směňování zboží či služeb za peníze<sup>19</sup>.

##### ***E-commerce neboli elektronické obchodování.***

*V širším pojetí* jej můžeme charakterizovat jako označení všech obchodních transakcí realizovaných na dálku prostřednictvím Internetu.

*V užším pojetí* může být pojem definován jako „E-Business“ neboli elektronické obchodování.

E-commerce se může členit podle cílových skupin zaměřených na obchodníky, na zákazníky a na orgány veřejné moci.

---

<sup>19</sup> Obchod. Universum: Multimediální všeobecná encyklopedie [DVD-ROM]. Praha: 2011

### *Rozdělení E-commerce*

#### **E-commerce zaměřená na obchodníky**

B2A - Business to Administration a B2G - Business to Government. Uvedené termíny se týkají komunikačních a obchodních vztahů mezi veřejnými institucemi a obchodníky, přičemž B2A více zohledňuje vztahy mezi institucemi na nižší úrovni výkonu státní správy. Naopak B2G je vnímána na vyšší úrovni, především na úrovni státního aparátu jako celku.

B2B - Business to Business. Je nejstarší složkou E-commerce. Slouží pro označení komunikačních a obchodních vztahů pouze mezi obchodními společnostmi. Vztahy jsou založeny na principu elektronické výměny dat (daňové doklady, objednávky), což vede ke snížení provozních nákladů. Systémy B2B bývají využívány především v oblastech distribuce.

B2C - Business to Customer. Je to nejrozšířenější systém elektronického obchodování. Vymezuje obchodní vztahy mezi obchodními společnostmi a koncovými zákazníky (spotřebiteli). Zahrnuje prodej informací, zboží či poskytování reklamního prostoru. Tento systém je nejvíce využíván internetovými shopy.

B2E - Business to Employee. Systém je založen na vzájemné komunikaci obchodníků a zaměstnanců. Obvykle označován jako Intranet. Za cíl si klade zejména zvyšování motivace při pracovních činnostech, zdokonalování a zvyšování vzdělanosti zaměstnanců např. prostřednictvím E-learningu.

B2G - Business to Gouvernement. Označuje obchodní a komunikační vztahy mezi veřejnou správou, státními orgány a obchodníky. Typickým příkladem mohou být např. Datové schránky.

B2R - Business to Reseller. Zahrnuje obchodní vztahy uvnitř obchodní společnosti. Obvyklým příkladem může být vztah obchodní společnosti s jejími obchodními zástupci (dealer).

**E-commerce zaměřená na zákazníky**

C2A - Consumer to Administration a C2G - Citizen to Government. Uvedené označení upravuje vztahy mezi spotřebiteli a orgány státní správy. Z hlediska podnikatelské činnosti mají tyto systémy význam pouze v určitých oblastech. Příkladem může být koupě pozemku od státu.

C2C - Consumer to Consumer. Tento systém upravuje pouze vztahy mezi zákazníky (konečnými spotřebiteli), proto není zahrnován mezi E-Business.

**E-Government**

V České republice je tento pojem zakotven v zák. č. 300/2008 Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů (nazýván jako zákon o eGovernmentu). Pro vysvětlení tohoto pojmu můžeme nalézt více definic. Podle mého názoru pojem vystihuje nejlépe definice: „Označuje možnost komunikace s institucemi státní a veřejné správy v elektronické podobě a veškeré procesy s tím související, zejména tvorba příslušné legislativy a přechod úřadů na elektronickou verzi vedení agendy“<sup>20</sup>.

nebo

„Cílem je rychlejší, spolehlivější a levnější poskytování služeb veřejné správy nejširší veřejnosti a zajištění větší otevřenosti veřejné správy ve vztahu ke svým uživatelům (občanům)“<sup>21</sup>.

**E-commerce zaměřená na orgány veřejné moci**

G2B - Government to Business. Je založena na obchodních vztazích mezi veřejnou (státní) správou a obchodními společnostmi. Do tohoto systému můžeme zařadit otázky týkající se zadávání veřejných zakázek či žádostí o dotace.

---

<sup>20</sup> Internetový slovníček: E-government. In: Adaptic, s. r. o. [online]. Praha, 2005-2013 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <http://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/e-government/>

<sup>21</sup> E-Government. Universum: Multimediální všeobecná encyklopedie [DVD-ROM]. Praha: 2011

G2C - Government to Citizen. Vymezuje komunikaci a vztahy mezi občany a veřejnou správou.

G2G - Government to Government. Pojem označuje vzájemnou komunikaci všech orgánů státní správy. Tento systém nalézá uplatnění především v mezinárodní spolupráci.

Zkratky vycházejí z anglických pojmů: Administration (A) – státní správa, vláda, Business (B) - obchodník, Customer (C) -zákazník, občan Employee (E) – zaměstnanec, Government (G) – vláda, dozor, Reseller (R) – obchodník, distributor, dealer.

### **3.2 Potřeby pro obchod**

Pro zahájení obchodní činnosti je nutné splnit několik podmínek. Tyto podmínky můžeme rozdělit do dvou částí:

- zákonné podmínky
- individuální podmínky

V této části jsem se podrobněji zaměřila na rozbor individuálních podmínek a požadavků, neboť o zákonných podmínkách bylo pojednáno v předchozích kapitolách.

### **3.3 Typy obchodů**

**V podstatě rozlišujeme tři typy obchodů:**

- internetový obchod
- kamenný obchod<sup>22</sup>
- kombinace kamenného a internetového obchod

#### **3.3.1 Charakteristika internetového shopu**

Na Internetu můžeme nalézt velké množství definic, které vystihují pojem „shop“ či „eshop“.

---

<sup>22</sup> Někdy také označován jako kamenná pobočka, výdejní místo či kamenná provozovna.



K nejznámější charakteristikou „E-shopu“ je definice:

„Je to speciální typ webové aplikace sloužící ke zprostředkovávání obchodních transakcí na Internetu“<sup>23</sup>.

nebo

„Shop je stále častěji užívaným a nejkratším názvem pro e-shop, e-obchod, on-line obchod, on-line shop, internetový obchod, či elektronický obchod“<sup>24</sup>.

### 3.3.2 Charakteristika kamenného obchodu

„Kamenný obchod je forma maloobchodního prodeje, která pro svou činnost používá prostory přístupné zákazníkům, jako jsou budovy, pronajaté místnosti, stánky nebo kiosky“<sup>25</sup>

Dále je pojem charakterizován v §17 zák. č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání:

„Provozovnou se pro účely tohoto zákona rozumí prostor, v němž je živnost provozována. Za provozovnu se považuje i automat nebo obdobné zařízení sloužící k prodeji zboží nebo poskytování služeb (dále jen „automat“) a mobilní provozovna“.

Nebo-li za provozovnu je považován každý prostor, kde probíhá podnikatelská činnost a je za provozovnu řádně označena. Provozovnu musí mít zřízený každý podnikatelský subjekt, který provozuje kamennou pobočku či výdejní místo.

Internetový obchod nemusí mít zřízenou provozovnu, jestliže neprovozuje kamennou pobočku.

---

<sup>23</sup> E-shop. In: OXy Online s. r. o. [online]. 2010 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <http://www.oxymedia.cz/e-shop-v18/>

<sup>24</sup> Shop: Slovník. In: NetDirect s.r.o. [online]. 2010 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <http://www.shopcentrik.cz/slovník/shop.aspx>

<sup>25</sup> Kamenný obchod. Universum: Multimediální všeobecná encyklopedie [DVD-ROM]. Praha: 2011

### **3.3.3 Kombinace kamenného a internetového obchodu**

V posledních letech vstoupila do popředí kombinace kamenné pobočky a internetového eshopu. Obchodníkům se tím zvýšila možnost oslovení širšího okruhu zákazníků. Naopak pro spotřebitele se tím rozšířila možnosti využívání osobního odběru zboží, které je toliko oblíbené. Spotřebitel má tak možnost si zboží osobně prohlédnout či vyzkoušet.

I u kamenných poboček však existuje několik výjimek, ne každá kamenná pobočka je i prodejním místem. Z toho důvodu musíme rozlišovat kamenné obchody a výdejní místa.

#### ***Kamenné obchody a jejich pobočky***

Jsou obchody, kde si zákazník může zboží vybrat zakoupit a odvézt domů či si nechat zboží dopravit od prodejce. Obchod disponuje vlastní prodejnou, kde má vystaveno všechno nabízené zboží.

#### ***Výdejní místa***

Jsou místa určená pouze pro výdej objednaného zboží zakoupeného přes internetový shop za mírný poplatek. K nejznámějším společnostem provozující výdejní místa po celé České republice či Slovenské republice patří: Uloženko, s.r.o. a Zásilkovna, s.r.o.

## **3.4 Potřeby pro kamenný a Internetový obchod**

### **3.4.1 Základní potřeby E-shopu**

Pro zahájení podnikatelské činnosti v oblasti internetových obchodů musíme mít zaregistrované a zaplacenou vlastní doménu, pronajatý webhosting nebo serverhousing a webovou aplikaci (informační systém - IS), která bude prezentovat e-shop.

#### ***Webhosting***

Webhosting je pronájem prostoru pro webové stránky na cizím serveru. Pronajímatel serveru bývá označován jako poskytovatel hostingu (webového prostoru).

Díky webhostingu si můžeme své webové stránky umístit na Internet, aniž bychom museli mít vlastní server<sup>26</sup>. Na trhu jsou různé formy webhostingu od varianty FREE až profesionální placenou variantu VIP.

Server Housing (Serverhosting) je služba pronájmu či umístění počítačového serveru v prostorách poskytovatele s připojením serveru po síti Internet a dalšími souvisejícími službami<sup>27</sup>

### ***Internetové doména***

Pro vysvětlení pojmu „Internetová doména“ můžeme nalézt mnoho definic s různým významem. Nejlépe vystihuje tento pojem autorka K. Lincerová<sup>28</sup>, kdy uvádí: „Z technického hlediska se na internetovou doménu pohlíží jako na adresu webových stránek složenou vždy nejméně ze dvou částí, a to z unikátního názvu např. „auto“ a názvu TLD např. „CZ“. Celý název domény pak vypadá „auto.cz“ nebo [www.auto.cz](http://www.auto.cz).

Podrobnější informace k tématickému celku webhosting a internetové domény pak můžeme nalézt na Internetu v mnoha odborných článcích, kde je podrobněji pojednáno o této problematice.

### ***Webová aplikace***

Je softwarová aplikace určená pro sdílení informací v prostředí Internetu pomocí Word Wide Web neboli WWW. Typickým příkladem webové aplikace určené pro internetový obchod jsou systémy ShopCentrik, Prestashop.

K nejvíce využívaným webovým aplikacím patří OSS<sup>29</sup>: Prestashop, OsCommerce, Opencart, Joomla, Webareal.

---

<sup>26</sup> Webhosting. Velký slovník naučný I. a II. Diderot, 1999. 1680s. ISBN 978-80-9027-231-6

<sup>27</sup> Serverhosting. Universum: Multimediální všeobecná encyklopedie [DVD-ROM]. Praha: 2011

<sup>28</sup> Internetová doména a její právní aspekty. In: Advokátní kancelář Dáňa, Pergl & Partneři [online]. 1/2010 [cit. 2012-04-22]. Dostupné z: <http://www.akdpp.cz/publikacni-cinnost/pravo-informacnich-technologii/internetova-domena-a-jejji-pravni-aspekty>

<sup>29</sup> Otevřený software: OSS. Universum: Multimediální všeobecná encyklopedie [DVD-ROM]. Praha: 2011

### **3.4.2 Rozšiřující potřeby pro shop**

K neméně důležitým potřebám pro provoz e-shopu patří také:

#### ***Interní informační systém***

Může být součástí zvoleného softwarového řešení nebo může být postavený na vlastním řešení (home made systém). Účetní systém bývá většinou přímo propojen s interními systémy či samotnou webovou aplikací.

#### ***On-line platební systém***

V současnosti zažívá velký boom, protože stále více zákazníků si zvyklo na vyšší a jednodušší komfort při placení svých objednávek. Online systém je založen na předvyplnění platebního příkazu k úhradě a zákazníkům tak odpadá zdlouhavé vyplňování platebních příkazů k úhradě.

K nejznámějším elektronickým platebním systémům patří: GOPAY s. r. o., PayU Czech Republic, s.r.o. či PaySec.

Rozšiřujících potřeb pro provoz internetového obchodu je velmi mnoho a je jen na obchodníkovi, které další moduly (potřeby) do svého systému implementuje. Obchodníci se neustále snaží rozšiřovat a zjednodušovat své systémy, ale i ono rozšiřování je ovlivněno mnoha dalšími faktory jakými může být např. současná finanční situace obchodníka či zvolený obor podnikání.

### **3.4.3 Základní potřeby pro kamenný obchod**

Mezi nejdůležitější potřeby pro zřízení kamenného obchodu (pobočky či jen výdejny) je nutné vlastnit (mít pronajatý) prostor, ve kterém bude prodejní činnost probíhat. Obvykle prodejní prostor zahrnuje několik místností, ve kterých jsou např. sklad pro zboží, prostor pro přímý pultový prodej (místo pro styk se zákazníky), hygienické zázemí pro zaměstnance aj.

### **3.4.4 Rozšiřující potřeby pro kamenný obchod**

#### ***Pokladní systém***

Každý kamenný obchod, pobočka či jen výdejní místo musí disponovat pokladním systémem. Tyto systémy mohou mít zastoupení v podobě

softwarového programu, v podobě součásti webové aplikace (má-li kamenný obchod zřízen i e-shop) či v podobě ruční pokladny.

Kamenné provozovny nejsou v oblibě z důvodu vysokých provozních nákladů, které se od nákladů za provoz eshopu může lišit v desetitisících či statisících.

### 3.5 Důležité faktory ovlivňující nákupy

#### *Cena zboží*

Cena zboží v kamenných obchodech oproti ceně v obchodech na Internetu se v mnoha případech odlišuje o stokoruny až tisícikoruny. Podle způsobu výběru zboží můžeme zákazníky rozdělit do několika skupin:

*První skupina* se zajímá o nejnižší cenu, bez ohledu na dobré či špatné jméno prodávajícího. Nakoupí za co nejmenší sumu.

Druhou skupinu tvoří lidé, kteří se dívají na nejnižší cenu, ale odmítají některé značky výrobců, se kterými mají špatné zkušenosti.

*Třetí skupina* se již orientuje i podle dobrého jména prodejce, protože mají zkušenosti s různým přístupem při uplatňování reklamace.

Mezi těmito skupinami se vyskytují jednotlivci, kteří mají ve zvyku vybrat si na Internetu zboží, které si před nákupem na Internetu nechávají předvést v kamenném obchodě (většinou konkurenčního prodejce).

Podle důrazu na dobré jméno výrobce a prodejce je možné i vysledovat houževnatost zákazníků při reklamacích. Zatímco zákazníci první skupiny málokdy reklamují a nevymáhají svá práva důrazně, tak v případě zákazníků z poslední skupiny můžeme vysledovat velmi tvrdý přístup využívající mezí zákona.

#### *Doručení zboží*

Mezi hlavní přednosti internetového shopu patří nabízená doprava až do domu za mírnější poplatek. Zákazníci nemusí řešit možnosti dopravy např. při objednání velkého elektrického spotřebiče, kdy je doprava v mnoha případech poskytována zdarma. Oproti tomu při nákupu v kamenných obchodech si zákazník při koupi velkého spotřebiče musí většinou zajistit dopravu sám a ne každému se toto

objemné zboží vejde do auta a ne každý má vlastní přívěsný vozík, aby si zboží mohl dovést sám.

Zákazníkům tím, vznikají starosti s dopravou. Pokud prodejce nabízí dopravu, bývá naceněna v několika stokorunách až tisících. Dopravu zboží zdarma nabízejí jen velké obchodní řetězce typu OBI, ale i tam si zákazník jen málokdy zakoupí takové zboží, aby splňovali podmínky dopravy „zdarma“.

Některé shopy provozují jen pobočky pro výdej zboží objednávaného přes internet např. Alza, s.r.o. či Mall, a.s. Uvedené internetové obchody nemají kamenné prodejny se zbožím, ale pouze výdejní místo pro objednané zboží. Paradoxně se s oblibou tohoto převzetí zvyšuje manipulační poplatek vybíraný za osobní odběr, takže i zde se projevuje započítávání části ceny zboží do „poštovního“.

### ***Prohlídka, vyzkoušení zboží, rozdílný právní rámec při koupi zboží***

Velkou nevýhodou objednání zboží přes Internet je nemožnost jeho prohlédnutí a vyzkoušení. Zákazník si zboží může prohlédnout jen na webových stránkách shopu.

Trendem posledních let je, že internetové obchody zřizují kamenné pobočky a tím nabízejí zákazníkům možnost zboží si prohlédnout na některé ze svých poboček.

Zaregistrovala jsem případ, kdy obchod měl vlastní síť kamenných poboček včetně internetového shopu, ale umožňoval zakoupení zboží pouze na pobočce za dražší cenu nebo pouze přes internet pouze s jejich dopravou.

Při žádosti o vysvětlení, proč není umožněn osobní odběr s možností objednání zboží přes Internet mi bylo odpovězeno tímto způsobem: „Cena pro nákup v kamenné pobočce musí být vyšší z důvodu prohlížení zboží a opotřebovávání zboží včetně opotřebovávání budovy a nábytku“. Na otázku, proč není možný osobní odběr v případě objednání zboží přes internet mi sdělili, že je to z toho důvodu, že ona „sleva“ je započítána do částky dopravy (cena od několika set korun). Ve výsledku tedy zákazník neušetří ani při jednom způsobu výběru objednání zboží. Praktiky napočítávání části ceny do poštovního se bohužel pomalu stávají nepsaným standardem.

### 3.6 Výhody a nevýhody

Výhody a nevýhody nákupů na Internetu či v běžné provozovně jsem zhodnotila ze dvou pohledů a rozdělila na dvě části. V první části jsem sestavila výhody a nevýhody nákupu přes Internet a v běžné provozovně z pohledu zákazníka.

#### 3.6.1 Výhody a nevýhody nákupů z pohledu zákazníků

##### *Výhody Internetových nákupů ze strany zákazníka*

- velký výběr sortimentu – neomezený sortiment
- možnost objednání kdykoliv během 24 hodin
- nižší cena
- dodání až do domu
- široké možnosti bezhotovostních on-line plateb

##### *Nevýhody Internetových nákupů*

- nemožnost osobního prohlédnutí zboží (přímého kontaktu s prodejcem)
- vyšší cena dopravného a balného
- možné problémy s reklamací
- nedodržování dodací lhůty – pozdní doručení
- nemožnost ověření, že dodávané zboží zřejmě nepochází z nelegální trestné činnosti

##### *Výhody nákupů v kamenných obchodech*

- možnost osobního prohlédnutí zboží, ověření existence kamenné prodejny, přímý kontakt s prodejcem
- snadnější řešení reklamací

##### *Nevýhody nákupů v kamenných obchodech*

- zpravidla vyšší cena než v e-shopu
- možnost nákupu v omezeném čase (pevná otevírací doba)
- omezený sortiment

Na základě stanovených výhod a nevýhod jsem provedla dotazníkové šetření, které mělo potvrdit nebo vyvrátit stanovenou hypotézu. Dotazníkové šetření je podrobněji zpracováno v další kapitole.

Druhou část tvoří výhody a nevýhody nákupů (prodej) přes Internet nebo kamenných obchodech z pohledu prodejce. Podrobný rozbor výhod a nevýhod z pohledu prodejce není obsahem této části diplomové práce, ale i přesto je nutné zmínit alespoň některé základní výhody nevýhody i z pohledu prodejců (obchodníků).

### **3.6.2 Výhody a nevýhody z pohledu prodejce**

#### ***Výhody internetového shopu***

- menší pořizovací náklady
- možnost vedení obchodní společnosti z domova (případně i jako vedlejší pracovní poměr)

#### ***Nevýhody Internetového shopu***

- vyšší náklady spojené s odesíláním zásilek zejména důvodu vrácených nepřevzatých zásilek odeslaných na dobírku
- vyšší náklady spojené s marketingovou činností včetně poplatků za využívání E-commerce

#### ***Výhody kamenné provozovny***

- více potenciálních zákazníků ze starší populace
- vyšší prodej sortimentu, který si zákazník musí ohmatat

#### ***Nevýhody kamenné provozovny***

- méně potenciálních zákazníků v nabízené oblasti sortimentu
- vysoké režijní náklady na provoz, nutnost zřízení větších skladovacích prostor
- méně potenciálních zákazníků z mladší populace

### **3.7 Dotazníkové šetření**

Pro objektivní zhodnocení výše uvedených výhod a nevýhod ze strany zákazníků jsem sestavila veřejný online dotazník s názvem „Nakupování v E-shopu či kamenném obchodu, jehož cílem bylo zhodnocení aktuální situace. Dotazník byl přístupný respondentům od 29. 1. 2013 do 15. 2. 2013 na internetovém odkaze



<http://nakupovani-v-eshopu-ci-kamen.vyplnto.cz/> Dotazník obsahoval jedenáct otázek, které nabízely různé možnosti odpovědí.

Současný stav

Podle mého názoru dochází za posledních patnáct let k neustálému rozvoji a rozšiřování Internetových nákupů. Současná doba je velmi uspěchaná a na procházení kamenných obchodů lidem nezbyvá čas. Lidé dávají raději přednost výběru a objednání zboží z pohodlí domova v čase, kdy to nejlépe vyhovuje právě jim.

Při nakupování jsou ovlivňováni marketingovými a reklamními akcemi, kdy se mnozí nechávají zlákat pro „výhodné ceny“ a později svého rozhodnutí litují, poněvadž si uvědomí, že ona sleva nebyla slevou.

Málokterý jedinec se při výběru zboží v konkrétních obchodech dokáže zamyslet nad případnou budoucí reklamací zakoupeného výrobku a možné na problémy, které v souvislosti s ní mohou vzniknout.

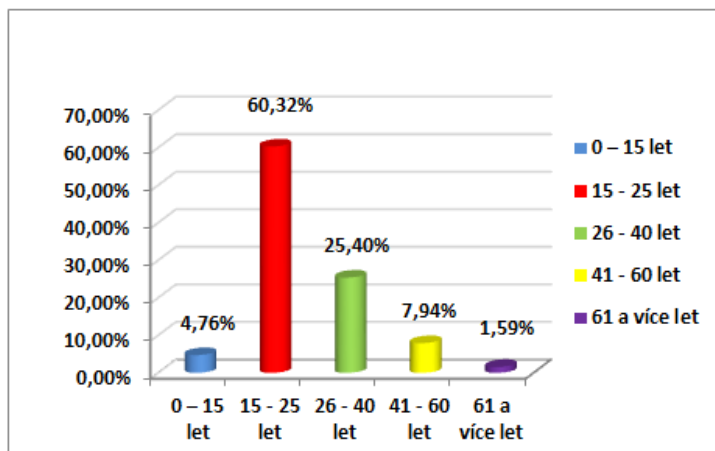
Hypotéza

Cílem dotazníkové šetření by mělo být zhodnocení aktuální situace, která může ovlivnit zákazníky při nakupování. Můj předpoklad vychází z vlastních zkušeností s nakupováním. Myslím si, že nejvíce na Internetu nakupují mladší generace, protože práce s PC znají od svého útlého věku, kdežto starší generace jsou méně gramotné a raději zůstávají u klasického nakupování v běžných (kamenných obchodech). Při sestavování otázek jsem uvažovala i směrem možných reklamací, které mohou zákazníkům vzniknout v souvislosti s nákupem.

### **1. Do jaké věkové skupiny patříte:**

- a) 0 – 15
- b) 15 - 25
- c) 26 - 40
- d) 41 - 60

e) 61 a více



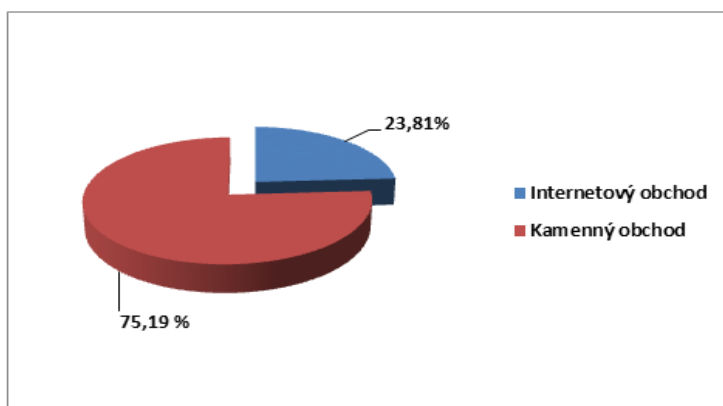
Graf číslo I

Na grafu číslo I můžeme vidět, že nejvíce dotázaných respondentů bylo ve věku 15-25 let. Tuto oblast tvoří především studenti středních a vysokých škol. Druhá větší skupina respondentů tvoří oblast občanů ve věku 26-41 let.

Poslední oblast tvořili nejstarší respondenci ve věku 61 a více let, z čehož usuzují, že tato věková kategorie je méně gramotná pro práci na PC tak raději zůstávají u své za mnoho let vžitě tradice nakupování v kamenných obchodech.

## 2. Nejvíce nakupujete v:

- a) internetových obchodech
- b) kamenných obchodech



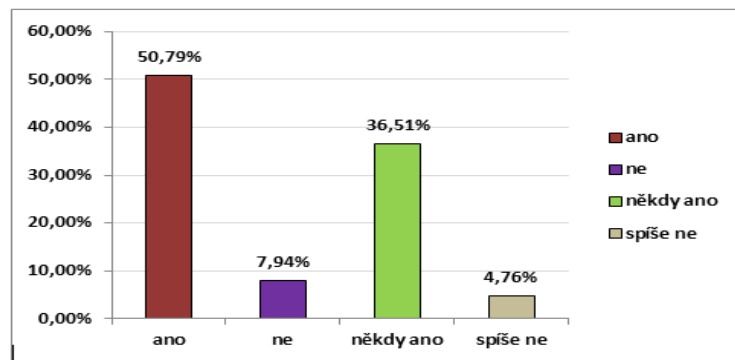
Graf číslo II

Na grafu číslo II můžeme vidět, že dotázaní dávají přednost nakupování

v kamenných obchodech než v eshopech.

**3. Je pro Vás nakupování přes Internet úsporou času:**

- a) ano
- b) ne
- c) někdy ano
- d) spíše ne

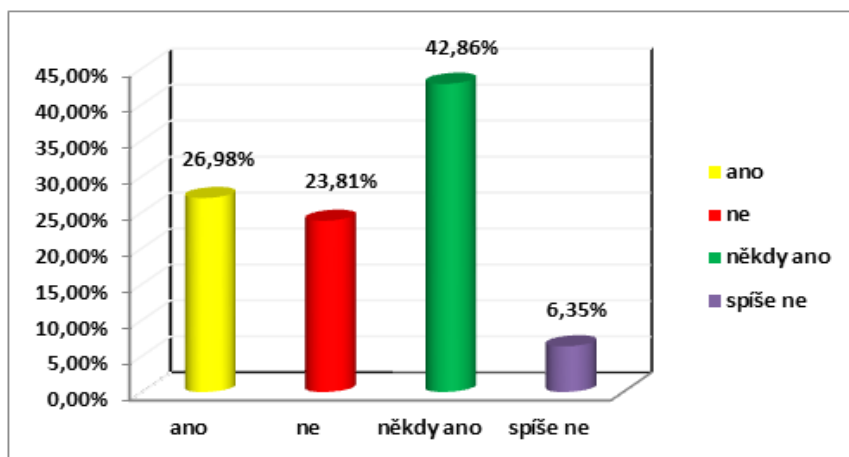


Graf číslo III

Graf číslo III znázorňuje, že přes padesát procent dotázaných respondentů považuje nakupování přes Internet za úsporu času.

**4. Při výběru zda nakoupíte v kamenném obchodu či přes Internet se rozhodujete vždy podle ceny zboží:**

- a) ano
- b) ne
- c) někdy ano
- d) spíše ne

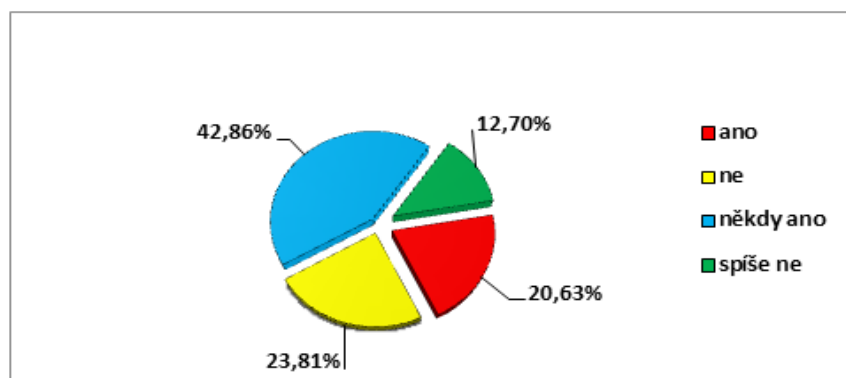


Graf číslo IV

Graf číslo 4 vystihuje do jaké míry jsou dotázaní respondenti ovlivněni cenou zboží.

**5. Upřednostňujete kamenné obchody s vyššími cenami z důvodu případných budoucích reklamací, které budou v kamenných obchodech jednodušší k řešení:**

- a) ano
- b) ne
- c) někdy ano
- d) spíše ne

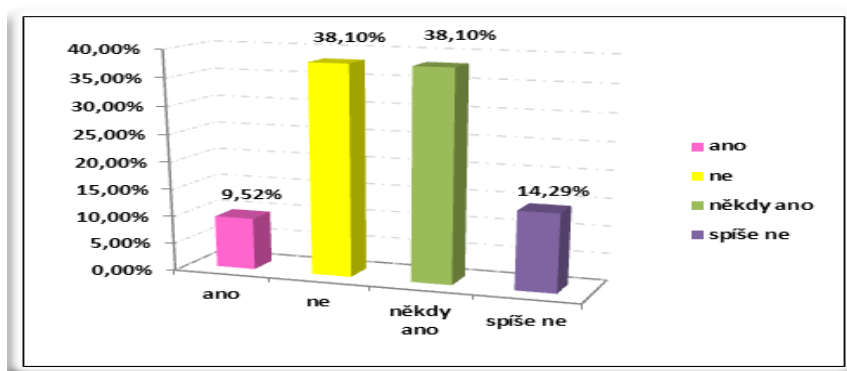


Graf číslo V

Graf číslo V má přímou návaznost na předchozí otázku. Cílem této otázky mělo být ověření dané hypotézy, Zda-li jsou zákazníci ovlivňováni i jiným faktory, než jen cenou zboží.

**6. Je pro Vás důležitý osobní kontakt s prodejcem z důvodu fyzického ověření existence obchodu:**

- a) ano
- b) ne
- c) někdy ano
- d) spíše ne



Graf číslo VI

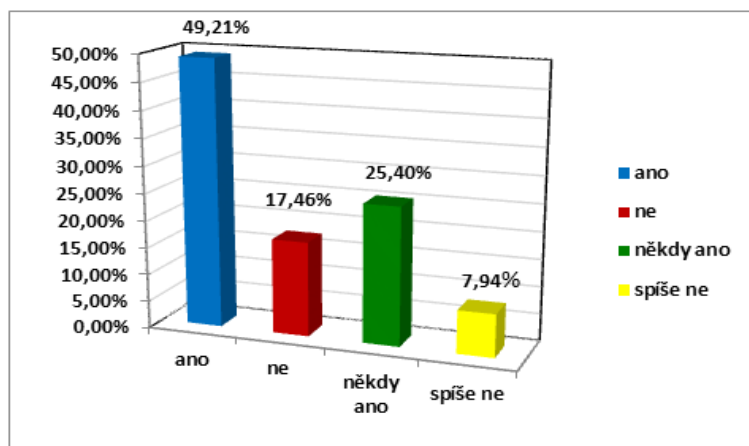
Graf číslo VI znázorňuje vyváženost možných odpovědí. Na otázku, zda-li je důležitý osobní kontakt s prodejcem odpovědělo v možnosti za b) a za c) stejný počet respondentů. Z toho usuzuji, že někdo přednost osobnímu kontaktu dává pouze někdy a někdo nedává přednost osobnímu kontaktu nikdy. Dotázaní co nikdy nedávají přednost osobnímu kontaktu mohou být ovlivňováni při nákupu především cenou zboží.

**7. Některé shopy nabízejí možnosti objednání zboží přes Internet s osobním odběrem a s možností prohlédnutí zboží na kamenné pobočce. Preferujete raději tento způsob objednání a převzetí zboží než klasické doručení kurýrní službou až do domu:**

- a) ano
- b) ne

c) někdy ano

d) spíše ne



Graf číslo VII

Graf číslo VII potvrzuje daný předpoklad, že v současnosti do popředí vstupují internetové nákupy s možností osobního převzetí v kamenné pobočce nebo ve výdejním místě.

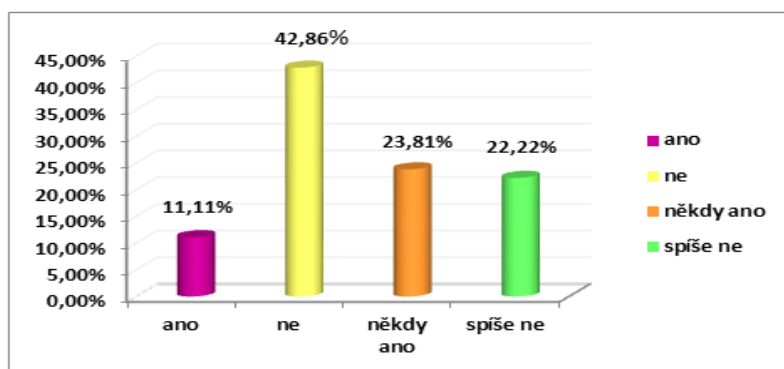
**8. Nakupujete raději přes Internet, zejména pro využití možnosti vyzkoušení a vrácení zboží do 14 dní od zakoupení (v případě nespokojenosti s výrobkem):**

a) ano

b) ne

c) někdy ano

d) spíše ne

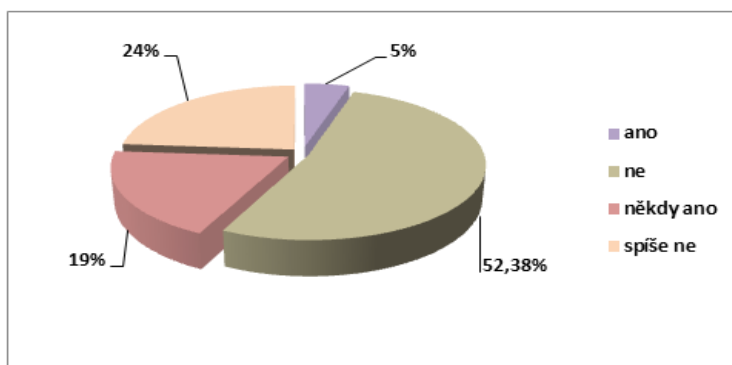


Graf číslo VIII

Tato otázka zhodnocuje v grafu číslo VIII situaci, zda-li zákazníci využívají nákupů přes Internet, zejména pro využívání možnosti vyzkoušení a případného vrácení zboží, pokud s ním nejsou spokojeni

**9. Ovlivňuje reklama Váš úsudek, zda-li nakoupit v kamenném obchodě či přes Internet:**

- a) ano
- b) ne
- c) někdy ano
- d) spíše ne

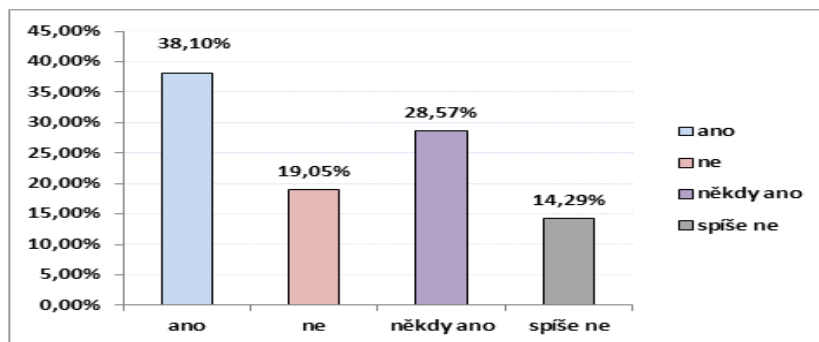


Graf číslo IX

Cílem této otázky bylo zjištění do jaké míry jsou zákazníci ovlivňováni reklamou při nákupu zboží. Jak můžeme vidět na grafu číslo IX, tak více jak polovina z dotázaných respondentů se nenechává ovlivnit reklamou.

**10. Ovlivňuje Vás při nákupu přes Internet grafický vzhled shopu:**

- a) ano
- b) ne
- c) někdy ano
- d) spíše ne

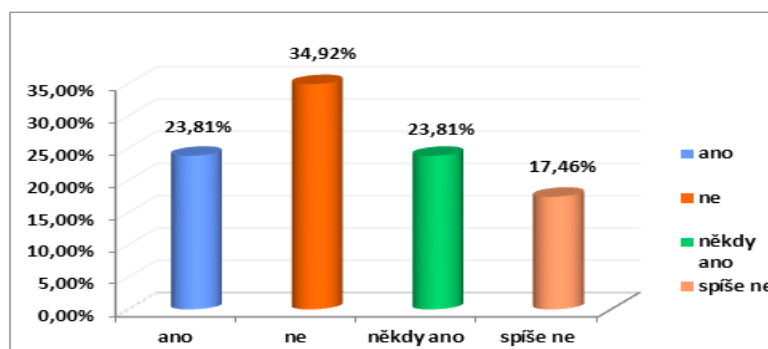


Graf číslo X

Graf číslo X nám znázorňuje, že i vzhled a jednoduchá obsluha internetového obchodu může ovlivnit celkové nákupy zákazníků.

#### 11. Máte více pozitivních zkušeností s reklamací se zbožím, které jste nakoupili přes Internet:

- a) ano
- b) ne
- c) někdy ano
- d) spíše ne



Graf číslo XI

Cílem otázky číslo jedenáct bylo ověření předpokládáné hypotézy, zdali zákazníci mají více pozitivních nebo negativních zkušeností z nakupování přes Internet.

Z grafu číslo XI vyplývá, že zákazníci mají různé zkušenosti v reklamačním řízení se zakoupeným zbožím přes eshop. Z toho můžeme usoudit, že nezáleží na tom, jestli zboží bylo zakoupeno v eshopu či kamenné prodejně, ale záleží především na individuálním přístupu konkrétního prodejce ke konkrétním zákazníkům tedy i konkrétním reklamám.



1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
Počet odpovědi	Počet procent	Počet odpovědi	Počet procent	Počet odpovědi	Počet procent	Počet odpovědi	Počet procent	Počet odpovědi	Počet procent	Počet odpovědi	Počet procent	Počet odpovědi	Počet procent	Počet odpovědi	Počet procent	Počet odpovědi	Počet procent	Počet odpovědi	Počet procent	Počet odpovědi	Počet procent
3	4,76%	15	23,81%	32	50,79%	17	26,98%	13	20,63%	6	9,52%	31	49,21%	7	11,11%	3	4,76%	24	38,10%	15	23,81%
38	60,32%	48	76,19%	5	7,94%	15	23,81%	15	23,81%	24	38,10%	11	17,46%	27	42,86%	33	52,38%	12	19,05%	22	34,92%
16	25,40%	63	100,00%	23	36,51%	27	42,86%	27	42,86%	24	38,10%	16	25,40%	15	23,81%	12	19,05%	18	28,57%	15	23,81%
5	7,94%			3	4,76%	4	6,35%	8	12,70%	9	14,29%	5	7,94%	14	22,22%	15	23,81%	9	14,29%	11	17,46%
1	1,59%																				
63	100,00%			63	100,00%	63	100,00%	63	100,00%	63	100,00%	63	100,00%	63	100,00%	63	100,00%	63	100,00%	63	100,00%

Tabulka I

Tabulka číslo I vyobrazuje celkové vyhodnocení daných otázek s celkovým počtem odpovědí včetně stanovení procentových částí jednotlivých otázek.

### Celkové shrnutí

Provedené dotazníkové šetření zčásti vyvrátilo mou hypotézu, že lidé nejvíce využívají nákupů v internetových obchodech. Na druhou stranu se mi v tomto šetření zdařilo ověřit fakt, že internetové nákupy šetří čas a nabízejí neomezený výběr zboží.

Dále, že záleží na konkrétním typu zákazníka, jeho věku, znalostech a hlavně jeho chťiči získat co nejvýhodnější nákup ochotě co pro to udělat.

## 4 OBECNÝ MODEL INFORMAČNÍHO SYSTÉMU ESHOPU

Obsahem praktické části diplomové práce je vytvoření obecného informačního systému internetového shopu. Celý informační systém by se měl skládat ze dvou základních částí. První část bude interní systém pro obsluhu shopu. Druhou část bude tvořit externí systém pro zákazníky. Pro podrobnější pochopení navrhovaného systému jsem model rozdělila do patnácti částí (modulů), které budou navzájem propojovat interní a externí systém celého shopu.

### 4.1 Seznam modulů

- banka
- dodavatelé
- expedice
- katalog zboží
- komunikace se zákazníkem
- nákupní košík
- objednávky
- pošta
- reference objednávek
- skladová evidence
- synchronizace
- účetnictví
- uživatelský přístup
- zboží na cestě
- zboží k objednání

Model obecného informačního modelu shopu je navrhnut v teoretické rovině čerpající z mnoha osvědčených funkcí z již zaběhnutých shopů. Z toho důvodu jsou v práci uváděny obrázky z různých internetových zdrojů, jež nejvíce vystihují mou představu, o tom jak by navrhované funkcionality měli vypadat.

#### 4.1.1 Banka

Modul banka by měl sloužit k zautomatizování a usnadnění práce správce systému. Modul je vzájemně propojen: s moduly komunikace se zákazníkem, účetnictví a dodavatelé.

Navrhovaný model by měl být založen na využívání internetového bankovníctví s přímým propojením na (interní systém) shop. Internetové bankovníctví by mělo umožňovat exportování pravidelných výpisů s možností následného importu do systému obchodníka a hromadné exportování platebních příkazů ze systému obchodníka s následným importem to internetového bankovníctví.

Současně importem výpisu z účtu by měla být objednávka označena jako odeslaná a je vygenerován daňový doklad (modul účetnictví), který si zákazník může uložit např. v PDF.

#### **4.1.2 Dodavatelé**

Modul dodavatelé by nám měl poskytnout základní informace o dodavatelích a jejich dodávkách zboží. Měl by být provázán na moduly: banka a skladová evidence. Dále by měl podporovat přímé propojení na B2B systémy dodavatelů, kteří budou poskytovat možnost exportování dodacích listů ve standardních formátech TXT (textový soubor), CSV (Comma-separated values), XLS (MS Excel), které po exportu (uložení z B2B systému dodavatele) bude možné importovat do interního systému shopu. Po automatickém importu dodacích listů by mělo docházet k automatickému naskladnění zboží, kde by poté měl být zpracováván pomocí modulu skladová evidence.

Modul by také měl řešit otázky seznamu evidence dodacích listů od jednotlivých dodavatelů a jejich statistik.

Tento modul by měl nacházet své uplatnění i při propojení na modul banka. Seznam evidence dodacích listů by měl mít možnost označení konkrétního dodacího listu, čímž umožnil vyplnění platebních údajů. Po kontrole automatického předvyplnění by se platební příkaz přiřadil do seznamu příkazů k úhradě, jež by byl dále zpracován pomocí modulu banka. Popsaný postup by mohl spočívat ve čtyřech krocích, zobrazených níže.

	Dodavatel (neomezovat)				
			<input type="checkbox"/> zobrazit jen neuhrazené	Zobrazit	
	Dodací list číslo	Přijatý dne	Od dodavatele	Na částku	Zaplaceno dne
<input checked="" type="checkbox"/>	105120871	2012-04-04		7 215,- Kč	2012-04-04
<input checked="" type="checkbox"/>	2161119249402	2012-04-04		3 238,- Kč	<input type="checkbox"/> neuhrazeno
<input checked="" type="checkbox"/>	FB8106F	2012-04-04		1 957,- Kč	<input type="checkbox"/> neuhrazeno
<input checked="" type="checkbox"/>	2161118805401	2012-03-27		3 151,- Kč	<input type="checkbox"/> neuhrazeno
<input checked="" type="checkbox"/>	105120828	2012-03-23		4 229,- Kč	2012-03-23
<input checked="" type="checkbox"/>	2161118317508	2012-03-15		4 035,- Kč	<input type="checkbox"/> neuhrazeno
<input checked="" type="checkbox"/>	FB6176F	2012-03-14		2 384,- Kč	2012-03-27
<input checked="" type="checkbox"/>	105120712	2012-03-13		4 515,- Kč	2012-03-13
<input checked="" type="checkbox"/>	105120634	2012-03-07		3 943,- Kč	2012-03-07
<input checked="" type="checkbox"/>	201200655	2012-03-07		2 499,- Kč	2012-03-07

Obr. 1. Krok první - seznam přijatých dodacích listů

Seznam dodacích listů dodavatele

Vyberte dodavatele, pro kterého se mají zobrazit dodací listy

Dodavatel (neomezovat)

☒ zobrazit jen neuhrazené ☐ Zobrazit

	Dodací list číslo	Přijatý dne	Od dodavatele	Na částku	Zaplaceno dne
<input checked="" type="checkbox"/>	105130958	2013-03-20		6 610,- Kč	<input checked="" type="checkbox"/> neuhrazené

Celkem nabízeno 1 dodacích listů

☒ Zpět na výběr dodavatele

**Soupiska závazků**

neuhrazené	6 610,- Kč	
zaplaceno	N/A	
<b>Celkem</b>		
neuhrazené	6 610,- Kč	

Obr. 2. Krok druhý - označení dodacího listu

**Celkem bylo označeno 1 dodacích listů v celkové ceně 6 610,- CZK.**

**Splatnost** 20.03.2013  
(ve formátu DD.MM.RRRR)

**Částka\*** 6610

**Měna\***

**Číslo účtu\*** 35 - 000000471 / 0100

**Konstantní symbol** 0308

**Variabilní symbol\***

**Specifický symbol**

**Text** dodací list  
105130958  
Celkem

\* Vybrané sloupce jsou povinné.

Obr. 3. Krok třetí - doplnění platebních údajů

	Uhrazeno / Exportováno	Splatno	Částka	Číslo účtu	Symbole	Text
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> neuhrazeno	2013-03-15	270,- Kč	00000000/0600	CS: 0008 VS: 00000000	reklamace uhrada dobropisu FB00
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> neuhrazeno	2013-04-01	6 610,- Kč	350000007/0100	CS: 0308 VS: 00000000	dodací list 105130958 Celkem

Obr. 4. Krok čtvrtý – exportování platebních příkazů

### 4.1.3 Expedice

Modul expedice by měl by sloužit pro zpracovávání podrobných informací týkajících se odeslaných objednávek. Tento modul by měl být provázán na moduly: skladová evidence, objednávky, účetnictví.

Měl by řešit zejména otázky, které vznikají po fyzickém odeslání zásilky ve smyslu toho, jestli zákazník zásilku převzal či nepřevzal.

Po odeslání zásilky by měla být stanovena určitá doba, po kterou bude moci zákazník zásilku převzít. Pokud by ve stanovené době nedošlo k fyzickému převzetí zásilky zákazníkem, tak by se měla zásilka vrátit zpět odesílateli (obchodníkovi), který by ji měl převzít zpět a řádně zaúčtovat.

Po zaúčtování by se měla zásilka označit jako „nepřevzatá“ (storno) a zákazník by měl být vyrozuměn emailem o své nepřevzaté zásilce s žádostí o vysvětlení.

Zboží by mělo být po označení opět naskladněno na fyzický sklad či do objednávky a dál zpracováváno pomocí modulu skladová evidence.

Byla-li zásilka zákazníkem řádně převzata měl by být zákazníkovi odeslán email s poděkováním.

### 4.1.4 Katalog zboží

Katalog zboží by měl být nejdůležitější součástí celého systému. Velmi úzce s ním souvisí moduly: skladová evidence, uživatelský přístup, nákupní košík a synchronizace.

Propojení s modulem skladová evidence má význam především v tom, že při naskladňování zboží by se do detailů zboží měli ukládat informace o hmotnosti, přičemž uložená hmotnost by se pak měla přenášet v exportech zpracovaných objednávek do online systémů přepravců.

V tomto modulu by měl být dále integrován seznam refererů (URI) včetně statistik. Ukázkou seznamu refererů zobrazuje obrázek níže.

	počet položek v souboru 62 369 www.r...xml_export.php?ref=heureka.sk&encoding=utf-8 počet položek v souboru 61 957	5 min 3 min	dokončeno ze 100% staženo 12-krát za den dokončeno ze 100%
	www.h...xml_export.php?ref=hyperzbozi počet položek v souboru 61 857	4 dny 11 hod 52 min	staženo 0,2-krát za den dokončeno ze 100%
	www.j...xml_export.php?ref=jvxo.cz&encoding=utf-8&maxlength=128 počet položek v souboru 149 727	12 min	staženo 3,97-krát za den dokončeno ze 100%
	www.k...xml_export.php?ref=koupis&encoding=utf-8 počet položek v souboru 149 735	méně než minutou	staženo 1-krát za den dokončeno ze 100%
	Za poslední měsíc nebyl stáhnut jediný export.		

Obr. 6. Seznam refererů

Katalog zboží byl měl zákazníkům umožňovat rychlé a pokročilé vyhledávání podle přesně zadaných parametrů. Vyhledávací formuláře se mohou v mnohém odlišovat, některé základní parametry pokročilého vyhledávání však zůstávají stejné u všech shopů.

K základním parametrům vyhledávání patří zejména: EAN (čárový kód), výrobce (značka), kód výrobce (produktu), cena od – do.

Obr. 7. Ukázka vyhledávacího formuláře

Katalog by se měl dělit na kategorie a podkategorie, ty by měli být do katalogu automaticky zakládány pomocí automatické synchronizace s B2B systémy dodavatelů (pomocí modulu synchronizace).

Detaily jednotlivého zboží v katalogu by měli obsahovat podrobné informace, které by se měli zobrazovat zákazníkům. Detaily zboží by měli obsahovat zejména: název, výrobce, EAN, Cena s DPH, cena bez DPH, výše slevy (pokud je výrobek zlevněný), původní cenu, délku záruky, kód výrobce, skladovou dostupnost, obrázek, popisek (technickou specifikaci).

**ASUS Vivo Tab ME400C-1A019W, bílá + Univerzální držák tabletu do auta na opěrku hlavy pro 7-10" v ceně 499 Kč**  
**CZC doporučuje**

Velmi výkonný tablet s moderním procesorem Intel Atom Z2760 a dotykový 10.1" IPS displejem. Dvoujádrový procesor Intel Atom Z2760 (1.8 GHz, 1MB Cache, podpora Hyperthreading), 2GB operační paměti DDR2, 10.1" IPS displejem s rozlišením 1366 x 768 pixelů, 64GB interní paměť, čtečka karet, WiFi, Bluetooth, microHDMI, microUSB, 8 a 2 Mpix kamery, G-Sensor, Light Sensor, Gyroscope, E-compass, výdrž na baterie až 10 hodin, OS Windows 8.

Vaše cena: **12 490 Kč** včetně DPH a všech poplatků

získáte: **1 548 bodů do Bonus klubu**

cena bez DPH: 10 322 Kč

původní cena: ~~12 988 Kč~~, ušetříte **498 Kč (3%)**

splátky: **dnes 1 249 Kč, později 10x 1 249 Kč**  
 Splátková kalkulačka Zjistit, kolik si můžete půjčit

skladem: **5 a více kusů (kdy zboží dostanu?)**

objednací kód: **117131**

Výrobce: **ASUS**  
 V nabídce od: **19.10.2012**  
 Kód výrobce: **90OK0XB1100440U**  
 Záruka: **2 roky**  
 Další v kategorii: **ASUS | ASUS - ASUS**

13 obrázků v galerii

do košíku

+1 0  
 Tweet 0  
 To se mi líbí 0  
 hlídací pes  
 do schránky  
 kopírovat odkaz

Obr. 8. Ukázka možného detailu zboží

#### 4.1.5 Komunikace se zákazníkem

Pro přehledný systém konverzace se zákazníkem jsem navrhla kontaktní formulář, který by měl být přístupný na webových stránkách shopu. Formulář by měl mít jednoduchou formu, tak aby byl pochopitelný pro všechny věkové kategorie a byl snadno vyplnitelný.

Kontaktní formulář by měl umožnit zákazníkům vyplnění základních údajů o jejich osobě (jméno a příjmení), email, telefon, případně číslo objednávky či možnost výběru předmětu svého dotazu. Jak můžeme vidět na obrázku výše, kontaktní formulář zpracovává podrobně problematiku týkající se objednávek, technických dotazů, reklamací, spolupráce či pochval. Každý předmět má mnoho dalších pod předmětů, ze kterých si zákazníci mohou vybírat přesně ten, který vyhovuje nejlépe jeho dotazu.

**Kontaktní formulář**

Rádi Vám pomůžeme!

**1. S čím potřebujete poradit?**

- Objednávky
- Technické dotazy na zboží
- Doklady a fakturační údaje
- Pochvaly a stížnosti
- Reklamacce zboží
- Zboží
- Návrhy a připomínky
- Spolupracujte s námi

**2. Upřesněte problém**

- Stav objednávky
- Změna objednávky
- Platba online
- Nákup na splátky
- Pro firmy
- Soutěž o nákup zdarma
- Diplomatický prodej
- Ostatní

Obr. 9. Ukázka kontaktního formuláře

Bohužel i tento komunikační formulář má své nedostatky, které bych doplnila o další části.

Zcela zde chybí možnost ověření emailové adresy ze strany zákazníka po zadání dotazu. Doplnila bych jej tedy o možnost ověření emailové adresy. Formulář by tedy měl fungovat tak, že zákazníkům by po zadání dotazu byl doručen email, ve kterém by museli potvrdit svůj dotaz, a tím by došlo ověření doručitelnosti emailové adresy. Pokud by k potvrzení dotazu ze strany zákazníka nedošlo, obchodník by považoval dotaz za neověřený a nezabýval by se jím. Teprve v případě potvrzení (ověření) by se obchodník začal s dotazem zabývat.

Ověřování emailových adresu upřednostňuji zejména ze stále se častěji opakujících situací, kdy si zákazníci si stěžují na nezodpovězené dotazy, které jsou zapříčiněné právě nedoručitelností emailů. Zpracováním ověřování emailových adres, by tak ubylo případných nedorozumění či stížností mezi zákazníky a obchodníky.

Dále zde chybí možnost online sledování stavu zadaného dotazu. Zákazník by měl mít možnost si ověřit, v jakém stádiu se jeho dotaz nachází. Navrhovaný kontaktní formulář by měl mít možnost sledování stavu nejen o objednávkách, ale měl by být propojený i na možnost sledování stavu zadaných dotazů (ze strany zákazníků).

Na Internetu jsem našla eshop, který nabízí ne přímo tuto možnost. Pro zobrazení stavu dotazu musíte učinit o jeden krok navíc. První musíte zadat informace k Vaší objednávce obrázek číslo 10, kde Vás to přesměruje na stav objednávky obrázek číslo 11 a teprve tam Vás tlačítko diskuze přesměruje na stav zadaného dotazu obrázek číslo 12.



**Zadejte číslo Vaší objednávky\*:**  (10 čísel)

**a zadejte část Vaší (fakturační) adresy\*\*:**  (minimálně 5 znaků)

**Zobrazit objednávku**

Obr. 11. Zadání informací k objednávce

**Stav objednávky**

Objednávka č.:

**Odběratel**

**Prodejce**

**Název položky**  
Homosexualita v názorech současné společnosti  
ISBN 80-7184-954-5 Karolínium koupit

Poštovné = platba převodem  
Balné

**PLATBA PŘEVODEM** — zboží bude odesláno až po jeho zaplacení tj. platba předem na náš účet či adresu — poštovní poukázkou či příkazem k úhradě z Vašeho běžného účtu. Nezapomeňte uvést Variabilní symbol u platby, případně platit

**Údaje pro tuzemskou platbu:**  
číslo účtu: [redacted]  
kód banky: [redacted]  
částka: [redacted]  
variabilní symbol (V.symbol): [redacted]  
konstantní symbol (K.symbol): [redacted]

V případě platby poštovní poukázkou, vyžádejte si na poště složenku a na ní uvádějte:

**Celkem (s DPH)**  
Objednané zboží bude pravděpodobně odesláno do 26 dnů po přijetí platby.

<b>Stav objednávky</b>	Objednávka již byla zaplacená a dne 25. 2. 2013 byla odeslána.
<b>Faktura</b>	Pro její zobrazení, klikněte na odkaz <a href="#">faktura</a> .
<b>Informace o zásilce</b>	v okamžiku odeslání objednávky zde budou dostupné detaily o podané zásilce
<b>Změna adresy</b>	Dodací ani fakturační adresu již není možné změnit, protože objednávka již byla odeslána.
<b>Zrušení objednávky</b>	Objednávka již nelze zrušit, protože již byla odeslána či zaplacená.
<b>Dobropis 1, 2613020334</b>	byl uhrazen dne 26. 3. 2013 na Vámi předané číslo účtu. Pro jeho zobrazení, klikněte na odkaz <a href="#">dobropis</a> .
<b>Konverzace</b>	<a href="#">DISKUZE</a>

**Legenda ke stavu zboží**

<b>skladem u dodavatele</b>	nedostatek zboží skladem pro plné vyřízení objednávky s tím, že se předpokládá jeho naskladnění v uvedeném termínu
<b>PŘIPRAVUJEME K EXPEDICI</b>	zboží v objednávce je již objednáno u dodavatele, čekáme na jeho dodání na náš sklad, ze kterého vyfildíme vaši objednávku
<b>skladem</b>	zboží v objednávce je skladem a je pro objednávku rezervováno
<b>EXPEDOVÁNO</b>	zboží v objednávce již bylo vykládáno tj. odesláno/předáno v zásilce poštovnímu přepravci
<b>NEREZERVOVÁNO</b>	rezervace zboží objednávkou byla zrušena (zrušením objednávky)
	při obnovení objednávky může dojít k aktualizaci cen a objednaného množství zboží např. z důvodu jeho rozprodání
<b>NEBUDE</b>	zboží již není skladem a ani v budoucnosti ho nebude možné dodat

Obr. 10. Stav objednávky



Obr. 12. Stav zadaného dotazu

Údaje o konkrétním shopu a údajích o zákazníkovi byly z důvodu zachování anonymity vymazány.

#### 4.1.6 Nákupní košík

Pro návrh modulu nákupního košíku je nutné nejprve charakterizovat, jak celý proces nákupu pomocí nákupního košíku probíhá.

Proces nákupu zboží přes eshop můžeme rozdělit do několika částí: výběr zboží, vložení zboží do košíku, vyplnění dodacích a fakturačních údajů, volba přeprava, volba platby, souhlas s obchodními podmínkami, potvrzení (dokončení objednávky).

Zákazníci většinou požadované zboží vyhledávají pomocí internetových vyhledávačů typu [www.google.com](http://www.google.com) nebo přicházejí přes cenové agregátory ([www.zbozi.cz](http://www.zbozi.cz), [www.heureka.cz](http://www.heureka.cz)), kde si mohou konkrétní nabídku požadovaných výrobků porovnat podle ceny, podle oblíbenosti atd.

Po výběru konkrétního obchodu přechází zákazník na stránky shopu, kde vybrané zboží vkládá do košíku. Po vložení zboží do košíku je zákazník vyzván k dokončení objednávky. Objednávku dokončí vyplněním dodacích a fakturačních údajů, zvolení možnosti přepravy a platby, zaškrtnutím souhlasu s obchodními podmínkami a konečného potvrzení objednávky.

Výše jsem stručně shrnula celý nákupní proces. Nyní bych ráda navrhla vlastní modul nákupního košíku. Webová aplikace obchodníka by měla umožňovat možnost přijímání objednávek bez registrace (chci nakoupit jako host) a s registrací (modul uživatelský přístup).

Celý proces nákupu bych nazvala „Průvodce nákupním procesem“, který se bude skládat z částí:

*Vložení vybraného sortimentu do nákupního košíku*

*Výběru způsobu platby, který se bude dělit na platbu převodem, platbu online a platba na dobírku.*

Každý z uvedených plateb má své specifické části. Platba převodem by měla spočívat v klasickém bankovním převodu, kdy po dokončení objednávky se zákazníkům zobrazí platební údaje. Zobrazené platební údaje zákazníci přepíší do platebního příkazu ve svém internetovém bankovníctví a platbu autorizují.

Při platbě online si může vybrat z nabídnutých možností plateb.

Navrhovaný model eshopu by měl podporovat platby prostřednictvím platební brány PayU<sup>30</sup>, GoPay<sup>31</sup>, PaySec<sup>32</sup>. Poslední možností je platba na dobírku.

Oblíbenou platbu na dobírku by měl zákazník ověřit pomocí Premium SMS v hodnotě např. 3,- Kč. Bez ověření bude objednávka automaticky zrušena. Navrhovaný způsob ověřování dobírek pomocí Premium SMS má účinně zamezit tomu, aby si zákazník objednával stejné zboží u více obchodníků. Instrukce k ověření objednávky pomocí Premium SMS by se měli zákazníkům zobrazit ihned po potvrzení objednávky.

Je zřejmé, že tímto způsobem budou někteří zákazníci od nákupu odrazeni. Na druhou stranu pokud zákazník bude o zboží v konkrétním shopu opravdu mít zájem nebude pro něj problém ověřovací SMS odeslat. Obchodníkům se může snížit počet objednávek, ale s porovnáním množství vratek (nepřevzatých objednávek) se zisk může dorovnat.

---

<sup>30</sup> PayU Czech Republic, s.r.o. [online]. 2012, 2013 [cit. 2013-04-13]. Dostupné z: <https://www.payu.cz/>

<sup>31</sup> GOPAY s. r. o. GOPAY s. r. o. [online]. 2012, 2013 [cit. 2013-04-13]. Dostupné z: <https://www.gopay.cz/>

<sup>32</sup> PaySec. ČESKOSLOVENSKÁ OBCHODNÍ BANKA, a.s. PaySec je členem finanční skupiny ČSOB [online]. 2007, 2013 [cit. 2013-04-13]. Dostupné z: <https://www.paysec.cz>

Nepřevzaté objednávky neboli vratky jsou objednávky, kdy si zákazníci objednávají stejné zboží u více obchodníků a obchodník, který zboží odešle nejrychleji toho zásilku zákazníci převezmou. Později dodané zásilky jiných obchodníků zákazníci nepřeberou a zásilky se vracejí zpět obchodníkům, jim vzniká ztráta.

### *Zadání slevového kuponu*

Pokud by zákazníci vlastnili slevový kupon pro nákup zboží v konkrétním obchodu mohli by ho před dokončením objednávky uplatnit.

Po zadání slevového kuponu (i v případě neuplatnění žádného slevového kuponu) budou moci zákazníci vyplnit fakturační a dodací údaje.

### *Souhlas s obchodními podmínkami*

Poté by měli zákazníci potvrdit souhlas s obchodními podmínkami prodejce. V případě nesouhlasu nebude zákazníkovi dovoleno objednávku dokončit.

### *Dokončení objednávky*

Po vyplnění všech výše uvedených náležitostí bude zákazník moci objednávku dokončit (potvrdit). Zákazník by měl obdržet na uvedený email kopii objednávky.

Na obrázku číslo 13 je demonstrativní ukázka, zobrazovaných informací pro ověření objednávky pomocí Premium SMS.

The screenshot displays a web interface for order confirmation. At the top, it states: "Vaše objednávka byla přifazena číslo 2613031911. Stránka objednávky si pro zadání čísla objednávky můžete ověřit na stránce [Ověřte číslo](#). A souhlasí na vaši e-mailovou adresu [200023456789](#) být odeslán e-mailem potvrzení přijetí objednávky."

Below this, a table lists the order items:

Název položky	Množství	Sazba	Cena s DPH za kus	Celkem s DPH
Cena k ženskýmu orgánu + 2 DVD - Ověřovací DVD o schématach (DVD 4330-4331-702) + 4 kusů - kniha	1 ks	15%	61,7,- Kč	61,7,- Kč
<b>Podrobné - jazyk: čeština</b>				
<b>Balení</b>	1 ks	21%	75,- Kč	75,- Kč
<b>Celkem (s DPH)</b>				<b>136,7,- Kč</b>

Order status: "Objednávka zůstává prověřitelná odvolací do 30 dnů po přijetí objednávky."

A yellow banner contains the text: "K dokončení objednávky je nutné potvrzení ze strany zákazníka (zasláním SMS dle následujících informací). Nebude-li objednávka do hodiny potvrzena, nebude přijata."

Below the banner, a yellow box displays the Premium SMS verification code: "Probleti SMS ve formě **PM 2613031911** na číslo **9033303** Cena SMS je 3 CZK vč. DPH".

At the bottom, there is a small disclaimer: "Ověření pro potvrzení objednávky přes Váš mobilní telefon je skutečnost, že až 1/4 objednávky na dobrou se vrátí jako neprovoz. Ten nám neprovoz zákazník způsobuje možná ztráty v řádech statisíců, které by musel zaplatit Ty, kteří objednávky přejímáte. Protože s tím nesouhlasíme, je nutné ověřit, že v objednávce máta skutečný zájem. Doporučujeme vám, si tuto stránku [ověřit](#)!"

Obr. 13. Zobrazené informace k ověření objednávky

#### 4.1.7 Objednávky

Modul by měl sloužit pro evidenci a správu objednávek. Současně by měl být provázán na další moduly: uživatelský přístup, pošta, zboží k objednání a zboží na cestě, skladová evidence, expedice, komunikace se zákazníkem.

Po přijetí objednávky by mělo docházet pomocí modulu skladová evidence k ověření, jestli je objednané zboží v objednávce skladem. Pokud by bylo skladem okamžitě se naskladní a objednávka bude připravena k expedici (expedice probíhá v modulu expedice). Nebude-li zboží fyzicky skladem v nové potvrzené objednávce, měl by systém posečkat na přijetí platby anebo na ověření objednávky pomocí Premium SMS ze strany zákazníka.

Po zaplacení objednávky na platbu předem či po přijetí ověřovací SMS na objednávku přijatou na dobírku by se zboží v objednávkách (pokud není fyzicky skladem) mělo zařadit na seznam zboží k objednání, kde by měl být seznam zpracován pomocí stejnojmenného modulu.

#### 4.1.8 Pošta

Modul pošta by měl sloužit ke zpracovávání, kompletaci a odesílání jednotlivých zásilek (objednávek). Modul by měl být provázán s moduly: expedice a objednávky.

Pomocí tohoto modulu by měl obchodník zpracovávat a odesílat jednotlivé objednávky. Po naskladnění zboží do objednávek by měl obchodník (zaměstnanci) objednávky zpracovat. Po zpracování by se měly objednávky zařadit do exportu zpracovávaných objednávek, jež by měl mít několik částí:

- tisk dodací listů a slevových kuponů
- tisk dobropisů
- tisk adres na štítky
- export do systému České pošty
- export do systému Pošta bez hranic

Celý proces zpracování objednávek by měl probíhat podle níže uvedeného procesu.

V seznamu exportovaných objednávek by měl zaměstnanec/ci označit všechny objednávky, které je třeba odeslat. Po označení by měli být objednávky přesunuty do exportu zpracovaných objednávek, kde by se měli zobrazit možnosti tisku dodacích listů + slev + dobropisů.

Po zvolení této možnosti by se nám mělo otevřít nové okno se seznamem dodacích listů jdoucích po sobě. Seznam by měl být vytištěn. Po vytisknutí by se měli zásilky jednotlivě roztřídit, zkompletovat a zabalit. Tisk dodacích listů pomocí tohoto exportu bude výhodný v tom, že nemusíme tisknout doklady po jednom. V systému obchodníka by měl být zpracován vlastní skript, který dokáže vygenerovat jednotný celek všech tisknutelných dokladů v exportu, přičemž na tiskárnu bude fyzicky odeslán jeden příkaz (jen jeden tisk v tiskové frontě). Tiskárna bude tisknout jednotlivé doklady zvlášť na formát A4. Stejným způsobem bychom mohli tisknout dobropisy a faktury, pokud by byly v exportu nějaké zařazeny.

Dobropisy a faktury by se do exportu přidávali pouze v případě vystavených a zpracovaných reklamací.

Export by měl dále rozeznávat vnitrostátní a mezinárodní zásilky. Pro rozesílání vnitrostátních zásilek se předpokládá, využíváme služeb České pošty a jejího systému elektronického podání. Pro mezinárodní zásilky (především Slovensko) se předpokládá využívání služeb specializované přepravní společnosti Pošta bez hranic (Frogman, s.r.o.), Zásilkovna s.r.o., které mají vlastní systém pro zpracovávání a odesílání zásilek.



Obr. 14. Ukázka exportu zpracovaných objednávek

### *Vnitrostátní zásilky*

Budeme-li tedy chtít odesílat zásilky v České republice bude třeba exportovat vnitrostátní zásilky pomocí výběru „Exportovat pro“ RR, BB, BA, BO. Výběr typu zásilky je stanoven podle celkové váhy zásilky, která se načítá při naskladnění z modulu skladová evidence. Po uložení exportu ve zvoleném výběru typu zásilek by měl být soubor importován do on-line systému České pošty (PodaniOnline).

### *Mezinárodní zásilky*

Zpracování mezinárodní zásilky bude probíhat také exportem ze systému zpracovaných objednávek s vybranou možností exportovat do Pošty bez hranic. Soubor bude třeba nejprve uložit a poté naimportovat do systému zvoleného přepravce pro zasílání mezinárodních zásilek (v našem případě jsem zvolila přepravce Pošta bez hranic).

Mezinárodní zásilky se zasílají zejména na Slovensko. Přepravní společnosti jakými jsou Pošta bez hranic umožňují obchodníkům zasílání zásilek zákazníkům do různých států, aniž by bylo účtováno mezinárodní poštovné.

Firmy využívají služeb státních pošt v daném státě. V principu to funguje tak, že zásilky do jiného státu jsou zpracovány a zabaleny do jednoho balíku, který je odeslán Českou poštou na adresu skladu v České republice. Společnost poté doručený balík rozebalí a rozešle jednotlivým zákazníkům tak, že zboží odveze vlastní dopravou na nejbližší nasmlouvanou pobočku pošty a zásilky odešle. Cena je mírně vyšší, ale na druhou stranu o mnoho nižší než při standardním využívání mezinárodních zásilek České pošty, a.s.

Přesné zpracovávání vnitrostátních a mezinárodních nalezne obchodník na oficiálních stránkách provozovatele zvolené služby.

Oba dva výše uvedené přepravní online systémy umožňují zpětnou vazbu v uložení podacích čísel jednotlivých zásilek, které by měl obchodník naimportovat do svého interního systému. Tato funkce by měla umožňovat po importu podacích čísel zásilek automatické odesílání emailových zpráv zákazníkům. Obsahem zaslání emailu by měli být informace o podacím čísle zásilky a data podání. Zákazníci by tak mohli sledovat pohyb svých zásilek.

Dalšími možnostmi, které by mohl systém shopu disponovat by mohly být např. statistiky podaných zásilek.

#### **4.1.9 Reference objednávek**

Modul by měl sloužit pro získávání informací o zdrojích návštěvnosti (cenové agregátory). Pokud by zákazník učinil objednávku uložila by se informace do seznamu referencí, ze kterého by poté bylo možno zobrazit statistiku referencí. Tato statistika by měla sloužit pro případné investice do budoucí reklamy ve vyhledávacích agregátorech.

#### **4.1.10 Skladová evidence**

Skladová evidence by měla sloužit k evidenci zboží, jež bylo naskladněno. Modul by měl být provázán s moduly: objednávky, účetnictví, expedice, katalog zboží, uživatelský přístup, zboží na cestě a dodavatelé.

Naskladnění zboží bychom mohli provádět dvěma způsoby.

Prvním způsobem by bylo hromadné naskladnění zboží, které se provádí importem dodacího listu pomocí modulu dodavatelé. Druhou možností by bylo provádění ručního naskladňování, jež by se provádělo pomocí modulu seznam zboží na cestě.

Po naskladnění zboží by se mohlo v systému vyskytnout několik možných skutečností. První skutečností by mohlo být to, jestli je naskladňované zboží rezervováno v konkrétní objednávce. Pokud ano, systém by naskladnil zboží do objednávky, pokud ne zboží by bylo naskladněno na sklad (je navíc). Naskladněním by docházelo k vymazání zboží ze seznamu zboží na cestě. V obou výše uvedených případech by docházelo k zapsání do inventurního soupisu skladových zásob.

Další možností naskladnění zboží by mohlo být vrácení nepřevzaté zásilky (dobírky) nebo při vystavení reklamace. V případě označení objednávky v



systému jako nepřevzaté nebo při vystavení dobropisu<sup>33</sup> by se zboží naskladnilo na sklad. I při těchto možnostech naskladnění by mělo docházet k zápisu do inventurního soupisu skladových zásob.

Ukázku toho jak by mněl vypadat inventurní soupis skladových zásob zobrazuje obrázek níže.

Inventurní soupis skladových zásob			
Název zboží		Cena v MOC	Zásoba skladem
<a href="#">1001 reklamních tipů</a> ISBN 978-80-7349-195-6 PRAGMA		199,- Kč	1
<a href="#">101 skvělých odpovědí na ostré otázky u přijímacího pohovoru</a> ISBN 978-80-251-2367-6 Computer Press		170,- Kč	1
<a href="#">260 cvičení pro děti raného věku</a> ISBN 978-80-7367-880-7 PORTÁL		222,- Kč	1
<a href="#">333 tipů a triků pro Facebook</a> ISBN 978-80-251-2963-0 CPress		199,- Kč	1
<a href="#">3x koření, houby, víno</a> ISBN 26-005-88 Lidové nakladatelství		50,- Kč	1
<a href="#">50 příkladů v počítačové grafice + DVD - + DVD</a> ISBN 80-86686-79-5 Computer Media		402,- Kč	1
<a href="#">AČ - ČA slovník Evropské unie</a> ISBN 80-86119-90-4 Ekopress		327,- Kč	1
<a href="#">Adolf Zika - In The Shadow of Light</a> ISBN 978-80-8703-405-7 Presco Group		571,- Kč	1
<a href="#">Aktuální angličtina - průřez slovní zásobou</a> ISBN 80-86078-44-2 Arsci		156,- Kč	2
<a href="#">Aktuální angličtina 2. Tematické přehledy slovní zásoby.</a> ISBN 80-86078-75-5 Nakladatelství ARSCI		190,- Kč	3
<a href="#">Alternativy k antibiotikům</a> ISBN 80-85936-39-9 Pavla Momčilová		142,- Kč	1
<a href="#">Anděl blažené a žalostné smrti</a>		57,- Kč	1
<a href="#">Anglická cvičení pro gymnázia, střední a jazykové školy a 2. stupeň základních škol</a> IS		341,- Kč	1

Obr. 15. Ukázka inventurního soupisu zásob

#### 4.1.11 Synchronizace

Modul synchronizace by měl být až na ruční vstup správce jediným zdrojem informací o zboží. Synchronizace by měla automaticky spravovat veškeré zboží v katalogu a pravidelně aktualizovat ceny, dodavatele, skladové zásoby dodavatele a termín jeho dodání.

Synchronizaci bychom mohli rozdělit na několik základních typů podle toho, se kterými daty by měla pracovat.

<sup>33</sup> Dobropis je daňový doklad pro reklamační řízení.

První typ předpokládá, že nám partnerský B2B systém dodavatele bude poskytovat data ve strukturovaném formátu jako je XML. K takovým B2B systémům lze zařadit např. Kosmas, s.r.o.

```
<?xml version="1.0" encoding="windows-1250"?>
<KOSMASMessage>
  <Header>
    <FromCompany>Kosmas s.r.o.</FromCompany>
    <FromPerson>Odbyt</FromPerson>
    <FromEmail>odbyt@kosmas.cz</FromEmail>
    <SentDate>20120410193000</SentDate>
  </Header>
  <Product>
    <ProductIdentifier>
      <ProductIDType>01</ProductIDType>
      <IDValue>KOS167432</IDValue>
      <IDTypeName>KosmasCode</IDTypeName>
    </ProductIdentifier>
    <ProductIdentifier>
      <ProductIDType>03</ProductIDType>
      <IDValue>9788024346496</IDValue>
    </ProductIdentifier>
    <ProductIdentifier>
      <ProductIDType>02</ProductIDType>
      <IDValue>9788024346496</IDValue>
    </ProductIdentifier>
    <ProductForm>BD</ProductForm>
    <NumberOfPieces>1</NumberOfPieces>
    <Title><TitleType>01</TitleType><TitleText>Podivná svatba na Lichnici</TitleText>
  </Title>
  <Subtitle>Hoi[?]ni lidé Království ěeského</Subtitle><Website>
    <WebsiteRole>17</WebsiteRole>
    <WebsiteLink>http://www.firma.kosmas.cz/tituly_detail.asp?cislo=167432</WebsiteLink>
  </Website>
  <Website>
    <WebsiteRole>18</WebsiteRole>
    <WebsiteLink>http://www.kosmas.cz/knihy/167432/podivna-svatba-na-lichnici/</WebsiteLink>
  </Website>
</Contributor>
```

Obr. 16. Ukázka synchronizace

Do druhého typu bychom mohli zařadit B2C (Business to consumer) systémy (nikoliv Business to business-B2B), které nemají jakýkoliv výstup pro přímé napojení a navíc ani nemají katalogový výstup. Zde je potřeba uplatnit hrubou sílu (brutte force) a inteligenci robotů, kteří procházením webu jsou schopni sestavit chybějící katalogový výpis. K těmto systémům by mohl patřit, kterýkoliv shop. Je třeba si však uvědomit, že případné „načerno“ stahování (kopírování) dat kteréhokoliv shopu (bez jeho souhlasu) je nelegální a může vyústit až v soudní spor.

Celý proces synchronizace by měl fungovat v několika částech:

Nejprve by bylo třeba převést získané data do jednotného formátu, který by byl následně zpracován. Zpracování by probíhalo tak, že systém by ověřil, jestli se nejedná o nové zboží dodavatele. Nebylo-li by nové, zjišťoval by, zda se zboží

výrazně změnilo. Pokud by se zboží změnilo, bylo by nutné ho rozpárovat, aby se předešlo chybám.

Nezmění-li se zboží dodavatele výrazně, ale jen minimálně př. změna ceny, termínu dodání a počtů kusů skladem, uložila by se tato změna do informací o zboží dodavatele.

Jestliže by se jednalo o novém zboží dodavatele, bylo by nutné zjistit, zda stejné zboží již katalog obsahuje nebo ne. Ověření jestli zboží v katalogu již existuje by probíhalo pomocí kontroly EAN (čárový kód) a názvu zboží. Pokud by synchronizace zboží v katalogu našla tak by zboží spárovala dohromady. Jestliže by zboží v katalogu nenalezla tak by jej založila.

#### **4.1.12 Uživatelský přístup**

Uživatelský přístup by měl být rozdělen na dvě části. Na část uživatelskou (zákaznickou) a na část správcovskou (administrační).

Zákazník by měl mít možnost vkládání zboží do košíku a odesílání objednávek s registrací nebo bez registrace. Výhodou registrace by bylo, že zákazník by při vytvoření další objednávky mohl využít přihlašovacího formuláře a již by nemusel znova vyplňovat fakturační a dodací adresu. Údaje by byly, jsou předvyplněné.

Pro komunikaci se zákazníkem by měla být upřednostňována elektronická forma komunikace pomocí kontaktního formuláře (podrobněji v modulu komunikace se zákazníkem).

Další z možných dostupných funkcí pro zákazníka by měla být možnost sledování stavu objednávky či reklamaci.

Správce systému by měl mít oprávnění ke změnám týkající se objednávek, komunikace se zákazníky, reklamací, úpravy detailů zboží aj.

#### **4.1.13 Účetnictví**

Modul účetnictví by měl mít význam především v elektronickém vedení daňových dokladů a případnou evidenci soupisek daňových dokladů.

Modul účetnictví by měl být provázán s moduly banka, expedice, skladová evidence, objednávky, komunikace se zákazníkem.

Obchodníci by měli ve svém systému využívat tzv. soupisky účetních dokladů do účetnictví. Mohli by tak ušetřit až desetitisíce na nákladech za vedení účetnictví. Pro vedení soupisek by bylo dobré rozlišovat jednotlivé doklady, jakými jsou: soupisky faktur, soupisky dobropisů a soupisky nepřevzatých zásilek.

Doklady by měli být archivovány v PDF souborech a uloženy v databázi na serveru poskytujících webhostingové služby. Ukázka možné soupisky vystavených faktur zobrazuje obrázek číslo 17.

Soupiska vystavených faktur řady FB placených převodem/předem za období 2013-03-21 až 2013-03-21 podle uskutečnění zdanitelného plnění

Datum vystavení	Faktura č. (ev. č.)	Sazba DPH	Základ daně	DPH	Celkem (sazba + DPH)
2013-03-21	FB0000 -- ev. č. 005, 265, 30				503,- Kč
		21%	58,- Kč	12,15 Kč	
		15%	34,- Kč	5,15 Kč	
		0%	37,- Kč	ZDARMA	
2013-03-21	FB000000 -- ev. č. 005, 277, 30				677,- Kč
		21%	58,- Kč	12,15 Kč	
		15%	490,- Kč	73,57 Kč	
		0%	43,- Kč	ZDARMA	
Soupiska DPH					
Sazba DPH	Základ daně	DPH			
21%	116,- Kč	24,30 Kč			
15%	835,- Kč	125,22 Kč			
0%	86,- Kč	ZDARMA			

Obr. 17. Ukázka soupisky daňových dokladů

Provázanost těchto modulů souvisí především s případnými reklamacemi ze stran zákazníků a jejich následným zaúčtováním pomocí opravných daňových dokladů, jež nazýváme dobropisy.

Reklamacе můžete dělit do dvou částí: reklamacе ze stran zákazníka a reklamacе ze strany prodejce. Vždy by je měl vždy vystavovat prodejce.

#### *Reklamacе ze strany prodejce*

Častými důvody pro vytvoření reklamacе a vystavení dobropisu ze strany prodejce je rozebrání zboží. Je-li objednávka přijata na platbu předem a řádně zaplacená a nastane situace, že zboží je rozebráno je nutné vystavit dobropis a vrátit zákazníkovi celou zaplacenou částku.

#### *Reklamacе ze strany zákazníka*

Reklamacе ze strany zákazníka se dělí do částí, kdy se posuzuje, jestli je oprávněná nebo neoprávněná. V případě že je neoprávněná, tak ji obchodník zamítne. Pokud je reklamacе oprávněná např. pro odstoupení od smlouvy do 14 dní bez udání důvodu, je vystaven dobropis. Při možnosti této reklamacе dochází k provázání s modulem skladová evidence, protože dochází k vrácení zboží a tím

k naskladnění vráceného zboží s další návazností na modul objednávky, expedice a pošta.

V obou případech by měl být zákazníkům odesílán informační email s žádostí o doplnění čísla účtu přes kontaktní formulář (pomocí modulu komunikace se zákazníkem).

Dobropis je také zpracováván pomocí modulu pošta a odesílán obyčejnou poštou. Po odeslání dobropisu prodejce čeká na doplnění čísla účtu pro vrácení finanční částky.

#### **4.1.14 Zboží k objednání**

Modul by měl sloužit k evidenci seznamu zboží, které je třeba objednat u dodavatelů. Navazuje na něj modul nákupní košík, ve kterém si zákazník vybírá typ platby a doručení objednávky.

Po přijetí objednávky a provedení všech nutných náležitostí uvedených u jednotlivých typů plateb (více v modulu nákupní košík) by se objednávka měla v systému označit jako objednaná a zařadit do seznamu zboží k objednání, kde by poté byla dále zpracována (pomocí modulu zboží k objednání).

Označení objednávek jako objednaných bychom mohli provést dvojím způsobem. První způsob by měl provádět označování objednávek pomocí importu výpisu z účtu (modul banka). Tímto importem by se automaticky označili objednávky přijaté na platbu předem.

Druhým způsobem označení by bylo automatické označení objednávek přijatých na platbu předem, kdy by označení proběhlo přijetím ověřovací SMS od zákazníků.

Po označení zboží by měl být vygenerován soupis zboží, které je třeba objednat u dodavatele. Pokud by to systém dodavatele umožňoval mohli bychom zboží objednávat pomocí exportů z shopů a následných importů do B2B katalogů dodavatelů. Některé B2B systémy dodavatelů umožňují různé formáty souborů k importu. K nejčastějším typům souborů patří: CSV, XLS, TXT. Ukázku obsahu importovaného souboru ve formátu CSV zobrazuje obrázek číslo 18.

```
08669;9788090521407;1;A
08669;9788090521414;1;A
08669;9788089227150;1;B
```

Obr. 18. Ukázka importovaného souboru do systému dodavatele v CSV formátu.

Jestliže by systém dodavatele neumožňoval automatický import bylo by nutné zboží objednat ručně za pomoci vyhledávání po jednotlivých položkách.

Některé B2B systémy umožňují i následný kontrolní export objednaného zboží, který by bylo možné naimportovat do webové aplikace shopu, pokud by byl na to shop upraven. Výsledkem kontrolního importu objednaného zboží by měla být zobrazená informace, že zboží bylo objednáno nebo rozebráno. Ukázku výsledku možného kontrolního exportu zobrazuje níže obrázek číslo XY

#### 4.1.15 Zboží na cestě

Modul zboží na cestě by nám měl poskytnout informace o zboží, které bylo objednáno u dodavatele.

EAN/ISBN Počet kusů		Výsledek importu
<a href="#">9788024721279</a>	1	položka byla v pořádku importována
<a href="#">9788086429878</a>	1	položka byla v pořádku importována
<a href="#">9788073330279</a>	1	položka byla v pořádku importována
<a href="#">9788071696094</a>	1	položka byla v pořádku importována

Obr. 19. Ukázka importovaného souboru objednaného zboží u dodavatele.

Tento modul je provázán s moduly zboží k objednání, objednávky, skladová evidence.

Zboží, které by bylo objednáno u dodavatele by se mělo zařadit na seznam zboží na cestě, kde by po fyzickém naskladnění zboží došlo ke zrušení naskladněného zboží ze seznamu zboží na cestě.

Seznam zboží na cestě by měl zobrazovat informace o datu objednání zboží u konkrétního dodavatele nebo počty objednaných kusů v konkrétní objednávce.

K dalším možnostem zobrazení, jež by seznam měl nabízet by měla být možnost zobrazení a filtrování zboží podle abecedy nebo podle data objednání u dodavatele či zobrazení pouze pro konkrétního dodavatele. Obrázek číslo 20 znázorňuje, jak může případný seznam zboží na cestě vypadat.

Název	Zásoba kusů	Váha	Objednavatel	Objednáno dne	Objednávky
Lutická farma - krmivo pro psy ISBN 80-06477-00-2 Polce mastný	<input checked="" type="checkbox"/>		6 38042 -> 99 ks -> 30 dní -> +14,- Kč	1 ks 2013-03-11 tj. před 9 dny	25 - 1 ks
Caveman - krmivo pro psy ISBN 978-80-247-4224-3 GRADA	<input checked="" type="checkbox"/>		nevyrovnáno	1 ks 2013-03-15 tj. před 5 dny	25 - 1 ks
Chutná se chutná na výpravě ISBN 978-80-06372-58-1 Institut vzdělávání Sokrates	<input checked="" type="checkbox"/>	322 g	147435 -> 4 ks -> 30 dní -> +17,73 Kč 60028 -> 99 ks -> 30 dní -> +8,75 Kč 6141778 -> 25 ks -> 14 dní -> +8,75 Kč 0092189 -> vyprodáno -> +29,88 Kč	1 ks 2013-03-18 tj. před 2 dny	25 - 1 ks

Obr. 20. Ukázka seznamu zboží na cestě.

## ZÁVĚR

Cílem mé práce bylo charakterizování a zhodnocení právních podmínek podnikání. Práce je věnována přehledu dozorových orgánů ve vztahu k podnikání, výhodám a nevýhodám nákupů v shopech či kamenných obchodech.

V praktické části jsem navrhla obecný model informačního systému shopu, který by mohl být praktickým pomocníkem pro začínající podnikatele.

Z historie provozování internetového shopu mohu potvrdit, že prodej přes Internet se stále více zviditelňuje a s přibývajícimi lety podnikání neustále přibývá obchodníků, kteří se snaží do svých shopů přidávat novější sortiment, který doposud v shopech chyběl. Na druhé straně pomalu ubývá kamenných obchodů, které nemají žádnou internetovou prezentaci svých služeb. Je zřejmé, že kamenné obchody jsou na ústupu, ale zcela nezaniknou ani v budoucnosti.

Na systémy spravující nabídku obchodníků je každým rokem kladen větší důraz na aktuálnost uváděných údajů. Postupně se rozšiřují informace o nabízeném sortimentu a především o jejich zásobě skladem. Dávno jsou již pryč doby, kdy se zákazník spokojil s informacemi typu: název či výrobce. V dnešní době spousta zákazníků bere jako samozřejmost informace o přesné specifikaci výrobku, přesném termínu dodání, českém manuálu, záruční lhůtě. Vyrůstají i nároky ze strany napojení partnerských systémů, kdy je v dnešní době nutností znát váhu zboží, pro možnost elektronického odbavení zásilky před podáním na poštu.

Na navrhnutém modelu elektronického obchodu jsem poukazovala na to, jaké jednotlivé oblasti musí v dnešní době mít úspěšný informační systém obchodu. Z jednotlivých částí mé práce je zřejmé, že pro úspěšné podnikání v této oblasti je nutné mít stabilní a především robustní základ. Těžko si lze v dnešní době představit, že vznikne úspěšný internetový obchod na zelené louce. Provázanost jednotlivých funkcí je v dnešní době natolik komplikovaná, že firmy jsou vázány desítkou importů a exportů na jiné firmy. Kdy pouhá změna dodavatele bankovních služeb či poštovních služeb si vyžádá mnoha hodinou práci programátorů, kteří musejí nastavit systém novým podmínkám.



## ZÁVĚR V ANGLIČTINĚ

### Conclusion

The aim of my work was to characterize and assess the legal terms and conditions of conducting business. The thesis is devoted to an overview of the supervisory authorities in relation to conducting business, as well as the advantages and disadvantages of making purchases in shops or stores.

In the practical portion I proposed a general model of a shop information system, which could be a practical help for budding entrepreneurs.

From my history of running an Internet shop I can confirm that sales over the Internet are becoming more and more visible and with the passage of years of doing business there is an ever increasing number of merchants who are making an effort to add a newer product range, which has been missing till now. On the other hand the number of brick and mortar stores that have no Internet presentation of their services is slowly decreasing. It is clear that brick and mortar shops are on the wane, but will not completely cease to exist even in the future.

On systems administering offers of merchants, each year greater emphasis is placed on the timeliness of the data reported. Gradually information on the assortments offered is expanding, particularly their supply in stock. Gone are the days when the customer contented himself with information such as: name or manufacturer. Nowadays, a lot of customers take for granted information about the exact specification of the product, the exact delivery date, a Czech manual and a warranty period. There are also increasing demands on the part of the connected partner systems, where nowadays it is a must to know the weight of an item for the possibility of electronic customs clearance prior to handing the consignment over to the post office.

In proposing a model of an e-commerce model shop, I pointed out that each area must nowadays have a successful trade information system. From the individual parts of my work, it is obvious that for a successful business in this area, it is necessary to have a stable and, above all, a robust foundation. It's hard to imagine in this day and age, that a successful Internet business would arise from scratch. The interconnectedness of the individual functions is now so complicated that the

companies are bound by a dozen imports and exports to other companies, where only a change in a supplier of banking services or postal services requires many hours work by programmers, who have to set up the system with the new conditions.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### KNIHY A MONOGRAFICKÉ PUBLIKACE

- [1] ŠIMONOVÁ, Stanislava, MYŠKOVÁ, Renáta a JIRAVA, Pavel. Projektování informačních systémů. UML, procesní řízení. 1.vyd. Pardubice: Ekonomicko správní-fakulta, 2006. 114s. ISBN 978-80-7194-89-57
- [2] KLIMEŠ, Cyril. Informační systémy. Texty pro distanční studium. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa. Fakulta prírodných vied. Katedra informatiky, 2006. 192s.
- [3] HÁNEK, Petr. Velký slovník naučný I. a II. Diderot, 1999. 1680s. ISBN 978-80-9027-231-6
- [4] PROCHÁZKA, Jaroslav a KLIMEŠ, Cyril. Informační systémy 1. Učební text. Ostrava 2008. 161s.
- [5] PROCHÁZKA, Jaroslav, KLIMEŠ, Cyril a VAJGL, Marek. Informační systémy 2. Učební text. Ostrava 2010. 179s.
- [6] ŘEPA, Václav SYNÁČEK, Václav, HAMERNÍK, Petr, DIVIŠ, Ondřej a KLIMEŠ, Ivo. Metodika vývoje informačního systému s pomocí nástroje Power Designer. Sybase Software: 2006. 186s.

### KVALIFIKAČNÍ PRÁCE

- [7] KREISLOVÁ, Gabriela. Dotazníkové šetření. Plzeň, 2008. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta aplikovaných věd.
- [8] GREGOROVÁ, Denisa. Nakupování přes Internet. Pardubice, 2012. Bakalářská práce. Univerzita Pardubice. Fakulta ekonomicko – správní. Vedoucí práce JUDr. Milan Závurka, Ph.D.
- [9] KONAROVSKÝ, Miroslav. Vybrané otázky elektronického obchodování. Brno. Masarykova univerzita. Právnická fakulta. Vedoucí diplomové práce JUDr. Danuše Spáčilová.
- [10] BONDY, Radim. Open source řešení elektronického obchodu čajové polštáře.cz. Brno, 2010. Bakalářská práce. Vysoké učení technické v Brně. Fakulta podnikatelská. Ústav informatiky. Vedoucí práce Jan LUHAN.

[11] DEPALMA, Donal A. Business Without Borders: A Strategic Guide to Global Marketing, John Wiley & Sons, 2002. 267 s. ISBN 978-0-471-120469-5

[12] HOLZSCHLAG, Molly E. Design Your Own: E-shop. ISBN: 2-88479-021-7

### **ELEKTRONICKÉ ZDROJE**

[13] Kosmas s.r.o. [online]. ©2006 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.firma.kosmas.cz>

[14] Encyklopedie Universum. Universum všeobecná encyklopedie [online]. 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.universum.cz>

[15] Fastcentrik. [online]. ©2013 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.fastcentrik.cz>

[16] Prestashop česky. KAŠPAR, Jan. Prestashop česky: Český portál o nejlepším open source e-shopu [online]. ©2012 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://prestashopcesky.cz>

[17] Prestashop: The best E-commerze experience. Prestashop [online]. ©2007-2012 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.prestashop.com>

[18] OsCommerce. [online]. ©2000-2013 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.oscommerce.com>

[19] Mobilní platby. Airttoy [online]. (c)2004 - 2013 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://mobilniplatby.cz>

[20] Seznam. Zboží [online]. ©1996–2013 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.zbozi.cz>

[21] Media. Heureka [online]. ©2000-2013 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.heureka.cz>

[22] Česká pošta. [online]. ©2011 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.ceskaposta.cz>

[23] Pošta bez hranic [online]. ©2011 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://postabezhranic.cz>

[24] Vyplnto.cz [online]. ©2008 - 2013 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.vyplnto.cz/>

[25] Zasilkovna.cz [online]. ©2012 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.zasilkovna.cz/>

[26] Uloženka.cz [online]. ©2012 - 2013 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.ulozenka.cz>

[27] Alza.cz [online]. © 2000-2013 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.alza.cz/>

[28] CZC.cz [online]. © 2013, 04-04-2013 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.czc.cz>

[29] NaVysokou.cz [online]. © 2013 [cit. 2013-04-17]. Dostupné z: <http://www.navysokou.cz>

#### **LEGISLATIVNÍ DOKUMENTY**

[30] O České obchodní inspekci. In: Sbírka zákonů České republiky. 2007, č. 378, 22. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>

[31] O Státní zemědělské a potravinářské inspekci. In: Sbírka zákonů České republiky. 2002, č. 146, 61. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>

[32] O živnostenském podnikání. In: Sbírka zákonů České republiky. 1991, č. 455, 87. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>

[33] Občanský zákoník. In: Sbírka zákonů České republiky. 1964, č. 40, 19. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>

[34] Obchodní zákoník. In: Sbírka zákonů České republiky. 1991, č. 513, 98. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>

[35] O léčivech. In: Sbírka zákonů České republiky. 2007, č. 378, 115. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>

[36] O ochraně osobních údajů. In: Sbírka zákonů České republiky. 2000, č. 101, 32. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>

[37] O dani z přidané hodnoty. In: Sbírka zákonů České republiky. 2004, č. 235, 78. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>

- [38] O Finanční správě České republiky. In: Sbírka zákonů České republiky. 2011, č. 456, 147. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>
- [39] O územních finančních orgánech. In: Sbírka zákonů České republiky. 1990, č. 531, 102. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>
- [40] O organizaci a provádění sociálního zabezpečení. In: Sbírka zákonů České republiky. 1991, č. 582, 111. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>
- [41] O ochraně spotřebitele. In: Sbírka zákonů České republiky. 1999, č. 166, 57. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>
- [42] O veterinární péči. In: Sbírka zákonů České republiky. 1999, č. 166, 57. Dostupné z: <http://www.sbcr.cz/>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

BOZP	Bezpečnost ochrany zdraví při práci
ČSSZ	Českou správu sociálního zabezpečení
IČO	Identifikační číslo osoby[1] (IČO, také IČ[2]) je v České republice unikátní osmimístné identifikační číslo právnické osoby, podnikající fyzické osoby nebo organizační složky státu (starší čísla s méně číslicemi jsou odpředu doplněna nulami)
DIČ	Daňové identifikační číslo. Je to jednoznačná identifikace plátce daně (daňového poplatníka).
IS	informační systém
FO	fyzická osoba
FÚ	Finanční úřad
PO	právnická osoba
SUIP	Státní úřad pro kontrolu léčiv
SRS	Státní rostlinolékařská správa
SÚKL	Státní úřad pro kontrolu léčiv
SVS	Státní veterinární správa
SZPI	Státní zemědělská a potravinářská inspekce
ÚOOÚ	Úřad pro ochranu osobních údajů
ZP	Zdravotní pojišťovna
ŽÚ	Živnostenský úřad

## SEZNAM TABULEK

Tabulka I.....	57
----------------	----



**SEZNAM GRAFŮ**

Graf číslo I .....	50
Graf číslo II .....	50
Graf číslo III .....	51
Graf číslo IV .....	52
Graf číslo V .....	52
Graf číslo VI .....	53
Graf číslo VII .....	54
Graf číslo VIII .....	54
Graf číslo IX .....	55
Graf číslo X .....	56
Graf číslo XI .....	56

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Krok první - seznam přijatých dodacích listů .....	60
Obr. 2. Krok druhý - označení dodacího listu .....	60
Obr. 3. Krok třetí - doplnění platebních údajů .....	60
Obr. 4. Krok čtvrtý – exportování platebních příkazů.....	60
Obr. 5. Krok čtvrtý - zařazení dodacího listu na seznam příkazů k úhradě.....	60
Obr. 6. Seznam refererů.....	62
Obr. 7. Ukázka vyhledávacího formuláře.....	62
Obr. 8. Ukázka možného detailu zboží.....	63
Obr. 9. Ukázka kontaktního formuláře .....	64
Obr. 10. Stav objednávky .....	65
Obr. 11. Zadání informací k objednavce .....	65
Obr. 12. Stav zadaného dotazu .....	66
Obr. 13. Zobrazené informace k ověření objednávky .....	68
Obr. 14. Ukázka exportu zpracovaných objednávek .....	70
Obr. 15. Ukázka inventurního soupisu zásob .....	73
Obr. 16. Ukázka synchronizace .....	74
Obr. 17. Ukázka soupisky daňových dokladů .....	76
Obr. 18. Ukázka importovaného souboru do systému dodavatele v CSV formátu.....	78
Obr. 19. Ukázka importovaného souboru objednaného zboží u dodavatele. ....	78
Obr. 20. Ukázka seznamu zboží na cestě. ....	79

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I. Živnosti volné

Příloha P II. Osvědčení o registraci na Finančním úřadu

Příloha P III. Koncept obecného modelu informačního systému shopu

Příloha P. IV. Obecný model informačního systému shopu

## **PŘÍLOHA P I: ŽIVNOSTI VOLNÉ**

Obory činností náležející do živnosti volné

1. Poskytování služeb pro zemědělství, zahradnictví, rybníkářství, lesnictví a myslivost
2. Činnost odborného lesního hospodáře a vyhotovování lesních hospodářských plánů a osnov Činnost odborného lesního hospodáře
3. Diagnostická, zkušební a poradenská činnost v ochraně rostlin a ošetřování rostlin, rostlinných produktů, objektů a půdy proti škodlivým organismům přípravky na ochranu rostlin nebo biocidními přípravky Vyhotovování lesních hospodářských plánů a osnov
4. Nakládání s reprodukčním materiálem lesních dřevin
5. Chov zvířat a jejich výcvik (s výjimkou živočišné výroby)
6. Úprava nerostů, dobývání rašeliny a bahna
7. Výroba potravinářských a škrobářenských výrobků
8. Pěstitelské pálení
9. Výroba krmiv, krmných směsí, doplňkových látek a premixů
10. Výroba textilií, textilních výrobků, oděvů a oděvních doplňků
11. Výroba a opravy obuvi, brašnářského a sedlářského zboží
12. Zpracování dřeva, výroba dřevěných, korkových, proutěných a slaměných výrobků
13. Výroba vlákniny, papíru a lepenky a zboží z těchto materiálů
14. Vydavatelské činnosti, polygrafická výroba, knihařské a kopírovací práce
15. Výroba, rozmnožování, distribuce, prodej, pronájem zvukových a zvukově obrazových záznamů a výroba nenahraných nosičů údajů a záznamů
16. Výroba koksu, surového dehtu a jiných pevných paliv
17. Výroba chemických látek, vláken a přípravků a kosmetických prostředků
18. Výroba hnojiv
19. Výroba plastových a pryžových výrobků
20. Výroba a zpracování skla
21. Výroba stavebních hmot, porcelánových, keramických a sádrových výrobků

22. Výroba brusiv a ostatních minerálních nekovových výrobků
23. Broušení technického a šperkového kamene
24. Výroba a hutní zpracování železa, drahých a neželezných kovů a jejich slitin
25. Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků
26. Umělecko-řemeslné zpracování kovů
27. Povrchové úpravy a svařování kovů a dalších materiálů
28. Výroba měřicích, zkušebních, navigačních, optických a fotografických přístrojů a zařízení
29. Výroba elektronických součástek, elektrických zařízení a výroba a opravy elektrických strojů, přístrojů a elektronických zařízení pracujících na malém napětí
30. Výroba neelektrických zařízení pro domácnost
31. Výroba strojů a zařízení
32. Výroba motorových a přípojných vozidel a karoserií
33. Stavba a výroba plavidel
34. Výroba, vývoj, projektování, zkoušky, instalace, údržba, opravy, modifikace a konstrukční změny letadel, motorů letadel, vrtulí, letadlových částí a zařízení a leteckých pozemních zařízení
35. Výroba drážních hnacích vozidel a drážních vozidel na dráze tramvajové, trolejbusové a lanové a železničního parku
36. Výroba jízdních kol, vozíků pro invalidy a jiných nemotorových dopravních prostředků
37. Výroba a opravy čalounických výrobků
38. Výroba, opravy a údržba sportovních potřeb, her, hraček a dětských kočárků
39. Výroba zdravotnických prostředků
40. Výroba a opravy zdrojů ionizujícího záření
41. Výroba školních a kancelářských potřeb, kromě výrobků z papíru, výroba bižuterie, kartáček a konfekčního zboží, deštníků, upomínkových předmětů
42. Výroba dalších výrobků zpracovatelského průmyslu

43. Provozování vodovodů a kanalizací a úprava a rozvod vody
44. Nakládání s odpady (vyjma nebezpečných)
45. Přípravné a dokončovací stavební práce, specializované stavební činnosti
46. Sklenářské práce, rámování a paspartování
47. Zprostředkování obchodu a služeb
48. Velkoobchod a maloobchod
49. Zastavárenská činnost a maloobchod s použitým zbožím
50. Údržba motorových vozidel a jejich příslušenství
51. Potrubní a pozemní doprava (vyjma železniční a silniční motorové dopravy)
52. Skladování, balení zboží, manipulace s nákladem a technické činnosti v dopravě
53. Zasilatelství a zastupování v celním řízení
54. zrušen. Provozování poštovních a zahraničních poštovních služeb (Tato novelizace nabývá účinnosti 1. ledna 2013.)
55. Ubytovací služby
56. Poskytování software, poradenství v oblasti informačních technologií, zpracování dat, hostingové a související činnosti a webové portály
57. Činnost informačních a zpravodajských kanceláří
58. Realitní činnost, správa a údržba nemovitostí
59. Pronájem a půjčování věcí movitých
60. Poradenská a konzultační činnost, zpracování odborných studií a posudků
61. Projektování pozemkových úprav
62. Příprava a vypracování technických návrhů, grafické a kresličské práce
63. Projektování elektrických zařízení
64. Výzkum a vývoj v oblasti přírodních a technických věd nebo společenských věd
65. Testování, měření, analýzy a kontroly
66. Reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení

67. Návrhářská, designérská, aranžérská činnost a modeling
68. Fotografické služby
69. Překladatelská a tlumočnická činnost
70. Služby v oblasti administrativní správy a služby organizačně hospodářské povahy
71. Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu
72. Mimoškolní výchova a vzdělávání, pořádání kurzů, školení, včetně lektorské činnosti
73. Provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí
74. Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti
75. Praní pro domácnost, žehlení, opravy a údržba oděvů, bytového textilu a osobního zboží
76. Poskytování technických služeb
77. Opravy a údržba potřeb pro domácnost, předmětů kulturní povahy, výrobků jemné mechaniky, optických přístrojů a měřidel
78. Poskytování služeb osobního charakteru a pro osobní hygienu
79. Poskytování služeb pro rodinu a domácnost
80. Výroba, obchod a služby jinde nezařazené

## PŘÍLOHA P II: OSVĚDČENÍ O REGISTRACI NA FINANČNÍM ÚŘADU

Finanční úřad v Plzni  
nám. Českých bratří 8  
306 16 PLZEŇ 1  
Čj.: 304701/04/138901/1724  
Vyřizuje: Malinová Marie  
Telefon: 377 192 419 linka: 419  
Fax: 377 447 611 Č.dveří: 3

V PLZNI  
dne 06.12.2004

Daňový subjekt:

„...“, spol. s r.o.  
Sušická 33  
PLZEŇ 2-SLOVANY, VÝCHODNÍ PŘEDMĚSTÍ  
326 00 PLZEŇ 26

### O S V Ě D Ě N Í o registraci

Podle § 33 odst. 11 a 12 zákona č.337/1992 Sb., o správě daní a poplatků, ve znění pozdějších předpisů (dále jen "zákon o správě daní"), jste u shora uvedeného správce daně zaregistrován s účinností od 01.01.1993 a je Vám přiděleno toto daňové identifikační číslo:

DIČ: CZ4...5291

Současně se ukončuje platnost Osvědčení o registraci  
čj. 35-96/836/93 ze dne 04.03.1993.

Podle § 5 odst.1 a podle § 36 zákona č.588/1992 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, a podle § 111 bodu 3 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů  
jste  
**plátcem daně z přidané hodnoty**  
s účinností od 01.01.1993  
s měsíčním zdaňovacím obdobím s účinností od 01.04.1993

Daňové identifikační číslo musíte uvádět ve všech případech komunikace se správcem daně a v dalších případech, pokud tak stanoví zvláštní zákon (§ 33 odst.11 zákona o správě daní). Při všech platbách, poukazovaných správci daně, použijte jako variabilního symbolu část tohoto čísla za kódem CZ.

Veškeré změny údajů, týkající se Vaší registrace, jste povinen oznámit shora uvedenému správci daně do 15 dnů ode dne, kdy nastaly (§ 33 odst.7 zákona o správě daní).

Proti tomuto rozhodnutí se můžete odvolat do 30 dnů ode dne, který následuje po jeho doručení, písemně nebo ústně do protokolu u shora uvedeného správce daně. Odvolání nemá odkladný účinek (§ 48 zákona o správě daní).



Vzor AO: 5

z pověření Jana Mejstka  
referát registrace daňových subjektů

Ing. Roman Kasl  
ředitel  
Finančního úřadu v Plzni



## **PŘÍLOHA P III: KONCEPT OBECNÉHO MODELU INFORMAČNÍ SYSTÉMU SHOPU**

Naleznete na přiloženém CD.

## **PŘÍLOHA P IV: OBECNÝ MODEL INFORMAČNÍHO SYSTÉMU SHOPU**

Naleznete na přiloženém CD.