

C2C ELEKTRONICKÉ OBCHODOVÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICE

DOSTÁL Jiří, ČR

Resumé

Článek prezentuje rozvoj C2C elektronického obchodování v České republice. C2C (consumer-to-consumer) e-obchodování je jednoduše řečeno obchod mezi privátními jednotlivci nebo spotřebiteli přes internet.

Klíčová slova: e-obchodování, C2C, internet.

C2C ELECTRONIC COMMERCE IN THE CZECH REPUBLIC

Abstract

This paper presents the development of C2C electronic commerce in the Czech republic. C2C e-commerce is simply commerce between private individuals or consumers over the internet.

Key words: e-commerce, C2C, internet.

1 Úvod

Podle řady průzkumů využívá stále více spotřebitelů k nákupu elektronických obchodů dostupných prostřednictvím internetu. Zboží může být nabízeno různými subjekty, které vstupují do obchodních aj. vztahů, např. B2C – Business to Consumers, G2C – Government to Citizens, viz publikace (1), přičemž se podrobněji zaměříme na vztah C2C – Consumer to Consumer.

Rozvoj elektronického obchodování v České republice se datuje od roku 1996, kdy byly založeny první internetové obchody. Celkový obrat internetového obchodování v ČR (spotřebitelské nákupy) se za rok 2009 odhaduje na 25 až 26 miliard korun, což je cca 14 % nárůst proti předchozímu roku (2). V České republice elektronické obchodování systematicky podporuje Asociace pro elektronickou komerci (APEK), která sdružuje více jak 200 firem, podnikatelů a odborníků v elektronickém obchodu (<http://www.apek.cz>).

2 Teoretická východiska C2C

Při C2C elektronickém obchodování (e-commerce) dochází k procesu nákupu, prodeje, dodání či výměny produktů, služeb a informací mezi dvěma koncovými zákazníky (spotřebiteli) prostřednictvím počítačových sítí, vč. internetu.

Počítačová síť sehraává roli prostředníka mezi nabízejícím a poptávajícím. Funkcí C2C (e-tržiště) je soustřeďovat jednotlivé nabídky, zajišťovat konkrétní obchodní případy a v případě aukcí sehrát i roli aukcionáře (3). Jedná se tedy o sérii procesů, spojených s průběhem obchodních transakcí a realizovaných elektronickými prostředky.

3 Vybrané aplikace pro C2C elektronické obchodování v ČR

Velmi často jsou pro C2C obchodování využívány **elektronické aukce** (e-aukce). V tomto případě se na jednom místě střetává nabídka na koupi a prodej a v daný okamžik

nejvýhodnější nabídka v aukci vítězí. Jediným rozdílem oproti klasickým aukcím je to, že místo, kde se licituje, není aukční síň, ale virtuální místo na internetovém serveru.

Pro C2C obchodování lze využít i **elektronické poptávky** (e-poptávka), které umožňují vybrat si tu nejvýhodnější nabídku na výrobek či službu, kterou poptáváme. Jako příklady lze uvést aplikace <http://www.poptavka.cz> nebo <http://www.epoptavka.cz>

Aukro

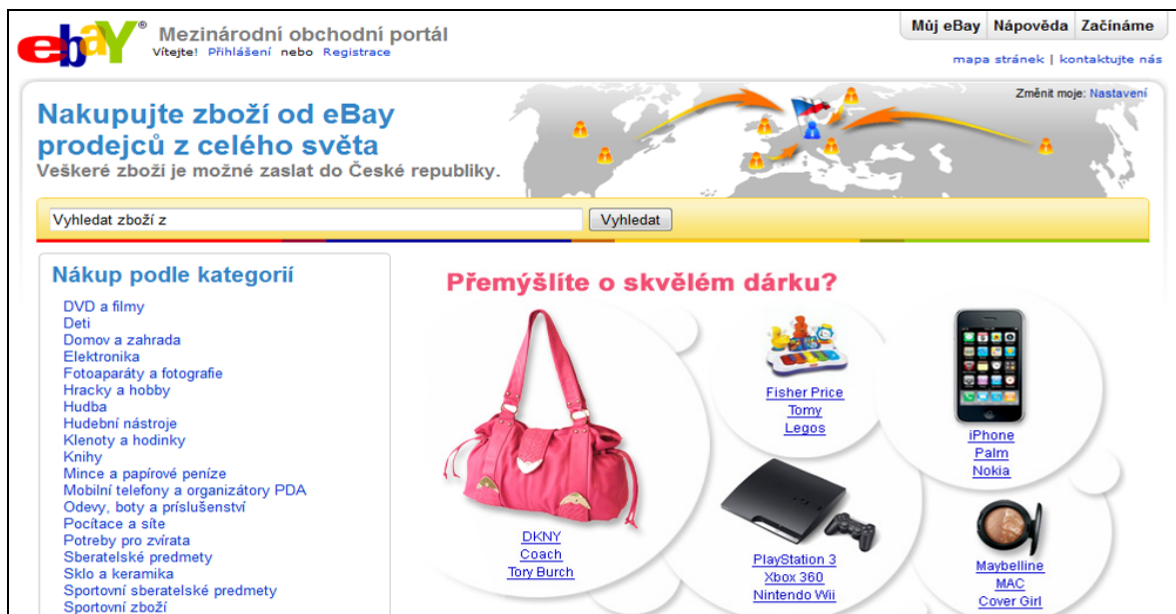
Nástroj pro internetové obchodování s přístupem na mezinárodní trhy. Aukro představuje největší online obchodní platformu v České republice. Koncentruje nabídku a poptávku na jednom místě a vytváří tak jedinečné tržiště, které se pro mnohé stalo místem každodenní práce i občasného přivýdělku. V roce 2009 počet registrovaných uživatelů překročil hranici 1 milionu a prodalo se více než 10,7 milionu předmětů v celkové hodnotě přesahující 4,2 miliardy Kč (4).



Obr. 1: ukázka prostředí www.aukro.cz.

eBay

eBay je největší světový on-line obchodní portál známý především z Ameriky. Byl založen v roce 1995. Podobně jako u portálu Aukro je nutné před zahájením nakupování či prodeje zaregistrovat uživatelský účet. To umožňuje přiřadit nakupujícím, resp. prodávajícím kladné, neutrální či záporné komentáře, podle nichž lze vysledovat solidnost eBayera.



Obr. 2: ukázka prostředí www.ebay.cz.

SBazar.cz

Tato aplikace představuje jednu z dalších možností C2C e-commerce. Jedná se o inzertní a aukční server portálu Seznam.cz řazený do kategorií.



Obr. 3: ukázka prostředí www.sbazar.cz.

4 Závěr

V poslední době dochází k prolínání aplikací C2C a B2C, což je zřetelné například i na aplikacích Aukro nebo eBay. Zboží zde není koncovým zákazníkům (spotřebitelům) nabízeno pouze jinými koncovými zákazníky, ale i obchodními společnostmi či jinými podnikatelskými subjekty. Více informací ohledně e-commerce lze získat z publikací (5), (6), (7), (8), (9).

5 Literatura

1. GÁLA, L. – POUR, J. – ŠEDIVÁ, Z. *Podniková informatika*. Praha : Grada, 2009, 496 s. ISBN 978-80-247-2615-1.
2. <http://www.apek.cz/8459/sekce/o-asociaci/>
3. TVRDÍKOVÁ, M. *Aplikace moderních informačních technologií v řízení firmy*. Praha : Grada, 2008. 173 s. ISBN 978-80-247-2728-8.
4. *Aukro*. Dostupné na <http://www.aukro.cz>. Citováno dne 28. 3. 2009.
5. KAPLAN, M. – ZRNÍK, J. a kol. *Firemní nákup a e-aukce*. Praha : Grada, 2007. 212 s. ISBN 978-80-247-2002-9.
6. HEDGESESS, B. *Sen – Byznys.com*. Praha : Práh, 2002. ISBN 80-7252-056-3.
7. WOODS, W. A. *Internetová tržiště B2B pro 21. století*. Praha : Petr Wimmer, 2004. 277 s. ISBN 80-239-3899-1.
8. SEDLÁČEK, J. *E-komerce : internetový a mobil marketing*. Praha : BEN, 2006. 352 s. ISBN 80-7300-195-0.
9. GRUBLOVÁ, E. a kol. *Internetová ekonomika*. Ostrava : Repronis, 2002. 88 s. ISBN 80-7329-000-6.

Lektoroval: Mgr. Květoslav Bártek, Ph.D.

Kontaktní adresa:

PaedDr. PhDr. Jiří Dostál, Ph.D.
Moravská vysoká škola
Ústav informatiky
Jeremenkova 42
772 00 Olomouc – Hodolany
E-mail: dostalj@mvso.cz
Telefon: + 420 587 332 313