



KAPITOLA 6: TEORETICKÝ MODEL URČENIA VPLYVU E-COMMERCE  
V MALOOBCHODE A SPOTREBE  
JAMAL HASAN A VIKTOR UHRIN

## Kde nakupujeme, čo nakupujeme a prečo nakupujeme...

---

Elektronický obchod je zjednodušene definovaný ako nákup, predaj alebo výmena obchodných informácií, peňazí alebo tovaru a služieb prostredníctvom Internetu a pevnej alebo mobilnej siete. Elektronický obchod môže prebiehať dvoma spôsobmi (Kristová 2006, s. 90):

- Nepriamy elektronický obchod je chápaný ako využitie informačných technológií na objednávanie tovarov a služieb, ktoré nemôžu byť spotrebiteľovi distribuované elektronickou formou. Patrí sem napríklad objednanie rôzneho spotrebného tovaru, produktov cestovných kancelárií, a pod.
- Priamy elektronický obchod, v ktorom sú všetky kroky nákupného procesu vykonané prostredníctvom internetu. Spotrebiteľ si objedná vybraný tovar, ktorý mu po zaplatení bude doručený v elektronickej forme. Medzi predajcom a zákazníkom nepríde k žiadnemu fyzickému kontaktu. O priamom elektronickom obchode môžeme hovoriť napríklad pri kúpe softvéru, hudby, elektronických kníh, a iných produktov, ktoré môže byť poskytované len v elektronickej podobe.

Ako uvádza Ňarjaš (2007) elektronický obchod môžeme chápať:

- v užšom význame ako elektronické nástroje pre podporu a realizáciu obchodných vzťahov – napr. reklamu, marketing, predaj, dodávku, platbu, poskytovanie ďalších služieb zákazníkom;
- v širšom význame ako elektronické nástroje zahŕňajúce (okrem spomenutých) aj vlastnú činnosť podnikateľa – výskum, vývoj, výrobu, zásobovanie materiálom a dielmi, logistiku, administratívu, vedenie účtovníctva, finančné služby – úvery, leasing, bankové produkty, poistenie a pod.

Pojem elektronický obchod (e-commerce) je často stotožňovaný s pojmom elektronické podnikanie (e-business), čo z vecného hľadiska nie je úplne správne, a preto bude vhodné rozdiel medzi oboma pojmami objasniť.

Elektronické obchodovanie býva spravidla nákup a predaj tovarov a služieb s využitím informačných technológií. Často sa pod týmto pojmom rozumie iba samotný akt zakúpenia tovaru zákazníkom. Zahŕňa však oveľa viac, ako vykonanie transakcie medzi spoločnosťami a spotrebiteľmi. Ako elektronický obchod definujeme všetky peňažné a nepeňažné interakcie vykonané medzi spoločnosťami a všetkými ostatnými stranami zúčastnenými na nákupnom procese. Podľa tejto definície sú teda transakcie nefinančného charakteru a poskytovanie informácií zákazníkom obsiahnuté v pojme tiež.

Elektronické podnikanie je komplexné prepojenie obchodných aktivít spoločnosti so zákazníkmi, dodávateľmi, partnermi a zamestnancami prostredníctvom informačných technológií. Jedná sa o využitie internetu pre účely zastrešenia celej podnikateľskej činnosti (Chaffey 2007, s. 8). Elektronické podnikanie je inovatívne využívanie internetových technológií pri zefektívňovaní podnikateľských procesov, minimalizácii nákladov a maximalizácii zisku. Vďaka internetu je podnikom