

Kapitola 1

Základní terminologie

Teoretický základ i praktická cvičení z pracovního sešitu — kompletní podklad pro 180minutový seminář.

90 min

Teoretický výklad

90 min

Cvičení a příklady

Jedna kapitola, dva bloky



TEORIE

90 minut

- 1.1 Pojem obchod
- 1.2 Pojem internet
- 1.3 Pojem podnikání
- 1.4 Podnikání na internetu
- 1.5 Obchodování na internetu
- 1.6 Shrnutí vztahů pojmů



CVIČENÍ

90 minut

- 1 Pojmová rozcvička · 10 min
- 2 Klasifikace subjektů · 20 min
- 3 Prezentace a diskuse · 20 min
- 4 Vlastní podnikatelský záměr · 25 min
- 5 Závěrečná reflexe · 15 min

01

BLOK 1 · 90 MINUT

Teoretický základ

Od obecného pojmu podnikání až po jeho průsečík s obchodem a internetem.

Od obecného ke konkrétnímu

„Nejasně vymezené pojmy vedou nevyhnutelně k nejasným, obtížně ověřitelným závěrům.“

Terminologická přesnost je podmínkou srozumitelného odborného sdělení — kapitola proto nejprve vymezí obchod, internet a podnikání zvlášť, a teprve poté jejich průniky.



1.1

Pojem obchod



1.2

Pojem internet



1.3

Pojem podnikání



1.4

Podnikání na internetu



1.5

Obchodování na internetu



1.6

Shrnutí vztahů pojmů

Nejstarší hospodářská instituce



DEFINICE

Obchod je cílevědomá hospodářská činnost, jejímž obsahem je směna zboží, služeb nebo práv mezi dvěma či více subjekty.

Uskutečňuje se zpravidla za úplatu a s vidinou vzájemného prospěchu obou stran — směna tedy není hrou s nulovým součtem, ale procesem zvyšujícím celkové bohatství obou stran.



ADAM SMITH, 1776

„Sklon lidí směňovat a vyměňovat jednu věc za druhou odlišuje člověka od ostatních živočichů.“



PROČ SE SMĚŇUJE

Komparativní výhoda

Směna se vyplatí, i když je jeden subjekt efektivnější ve všem — stačí, aby se každý specializoval na to, v čem je jeho relativní efektivnost nejvyšší.

Tři úhly pohledu ekonomické teorie



FUNKČNÍ POJETÍ

Obchod jako proces

Soubor navazujících činností: vyhledání partnera, sjednání podmínek, převod vlastnictví, úhrada ceny, doprava. Nejdůležitější pojetí pro tuto publikaci — internet mění právě tyto kroky.



INSTITUCIONÁLNÍ POJETÍ

Obchod jako odvětví

Samostatný sektor hospodářství: velkoobchod, maloobchod a zprostředkovatelská činnost, kdy zprostředkovatel zboží sám nenabývá do vlastnictví.



PRÁVNÍ POJETÍ

Obchod jako kategorie

Spojen se soustavností, samostatností, vlastním jménem a ziskovým záměrem. Upraveno občanským zákoníkem (kupní smlouva, zák. č. 89/2012 Sb.).

Odvozené a příbuzné pojmy

Společné jádro všech pojmů: směna statku za protihodnotu. Liší se jen úhlem pohledu.



Obchodní transakce

Jednotlivý, konkrétní akt směny.



Obchodní vztah

Dlouhodobější, opakující se vazba mezi dvěma partnery.



Obchodní řetězec

Posloupnost subjektů od výrobce ke spotřebiteli.



Obchodní model

Abstraktní vzorec fungování podniku (kapitola 2).

Sít' sítí



TECHNICKÁ DEFINICE

Globální, decentralizovaná soustava propojených počítačových sítí komunikujících protokolem TCP/IP.

Interconnected networks — nejde o jedinou centrálně řízenou síť, ale o síť sítí spravovanou nezávislými provozovateli. Kořeny sahají do 60. let (ARPANET), klíčovým milníkem bylo zavedení TCP/IP na počátku 80. let.



PRINCIP PŘENOSU

Paketová komunikace

Data se dělí na pakety se štítkem adresy, přenášené nezávisle a skládané zpět u příjemce.



ODOLNOST SÍTĚ

vs. okruhové přepojování

Na rozdíl od staré telefonní sítě (pevné spojení po dobu hovoru) je paketová síť odolnější vůči výpadku jednotlivých uzlů.

Stručná historie



60. LÉTA 20. STOL.

ARPANET

Projekt ministerstva obrany USA položil základ paketové komunikace mezi vzdálenými počítači (Leiner et al., 1997).



POČÁTEK 80. LET

Protokol TCP/IP

Umožnil propojení dosud oddělených, nekompatibilních sítí do jednotného celku.



PŘELOM 80.–90. LET

World Wide Web

Tim Berners-Lee (CERN) vytvořil službu zpřístupňující internet laické veřejnosti pomocí hypertextových odkazů (Berners-Lee, 1999).

1.2 POJEM INTERNET

Internet ≠ World Wide Web



INFRASTRUKTURA

Internet

Fyzická a protokolová infrastruktura — kabely, směrovače, servery, protokoly. Nese i e-mail, přenos souborů či telefonii.



JEDNA ZE SLUŽEB

World Wide Web

Pouze jedna (dnes nejrozšířenější) ze služeb provozovaných na internetové infrastruktuře, propojující dokumenty hypertextem.



DIDAKTICKÁ ANALOGIE

Silniční síť a doprava

Silniční síť umožňuje provoz osobních aut i nákladní dopravy — stejně jako internetová infrastruktura umožňuje provoz webu, e-mailu i telefonie.

Ekonomický a společenský přesah



Geografie

Relativizuje význam vzdálenosti mezi partnery.



Nepřetržitost

24/7 dostupnost nabídky bez provozní doby.



Transakční náklady

Snižuje náklady na vyhledávání a smlouvy (Coase, 1937).



Digitální statky

Distribuce bez fyzického přemístění, téměř nulové mezní náklady.



Data o zákaznících

Nová dimenze konkurenční výhody (kapitola 2).

Čtyři pohledy na podnikatele



J. B. SAY, 1803

Přesouvá zdroje

Podnikatel přesouvá zdroje z míst s nižším výnosem tam, kde je výnos vyšší.



J. A. SCHUMPETER, 1934

Inovátor

Prosazuje nové kombinace výrobních faktorů — „tvořivá destrukce“.



F. KNIGHT, 1921

Nositel nejistoty

Zisk je odměnou za nesení nekalkulovatelné nejistoty, ne jen rizika.



P. DRUCKER, 1985

Hledač příležitostí

Jádrem je systematické vyhledávání příležitostí k tvorbě nové hodnoty.

Klíčový koncept pro internetovou éru



SCHUMPETER, 1934

Tvořivá destrukce (creative destruction)

Úspěšná podnikatelská inovace téměř vždy znamená zánik či útlum starších, méně efektivních forem podnikání — a právě tento neustálý cyklus je hybnou silou dlouhodobého hospodářského rozvoje.

Internetové obchody nahrazují
kamenné prodejny

Nové obchodní modely narušují
zavedená odvětví

Kryptoaktiva proměňují platební styk

Pět právních znaků (zák. č. 89/2012 Sb.)

01

Soustavnost

Opakující se, trvalejší charakter činnosti.

02

Samostatnost

Vlastní rozhodování, ne podřízenost pokynům.

03

Vlastní jméno

Vystupování vůči třetím osobám pod svým jménem.

04

Vlastní odpovědnost

Nese hospodářské riziko, včetně ztráty.

05

Záměr zisku

I ztrátový podnik podniká, pokud zisk zamýšlel.

Podnikání je pojem širší než obchod



ŠIRŠÍ KATEGORIE

Podnikání

Kombinace výrobních faktorů (práce, kapitál, půda, informace) za účelem tvorby statků a služeb. Zahrnuje výrobu, zpracování, servis i poradenství.



UŽŠÍ PODMNOŽINA

Obchod

Pouze jedna z možných podob podnikatelské činnosti — ta, jejímž obsahem je směna statků. Klíčové pro pochopení hierarchie pojmů v podkapitole 1.6.

e-business



CHAFFEY A HADLINGTON, 2022

Využití digitálních technologií a internetu k výkonu klíčových podnikových procesů, komunikaci se zainteresovanými subjekty a transformaci obchodní strategie.

Vzniká spojením obecné kategorie podnikání s prostředím internetu: soustavná, samostatná činnost vykonávaná vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, se záměrem zisku.



ZÁMĚRNĚ ŠIROKÝ POJEM

Nejen prodej zboží

Zahrnuje i výrobní, servisní, poradenské a publikační aktivity realizované přes internet — obchodování je jen jednou z jeho podmnožin (1.5).

Pět typických oblastí aktivit



Digitální služby

Online vzdělávání, poradenství, SaaS na principu předplatného.



Digitální obsah

Publicistika, streaming, tvorba a šíření audiovizuálního obsahu.



Platformy

Tržiště, srovnávače nabídek, rezervační a agregační systémy.



Reklama a affiliate

Provize z doporučeného prodeje, monetizace obsahu reklamou.



Prodej zboží

Hmotné i digitální zboží — vlastní téma této publikace (1.5).

e-business vs. e-commerce



ŠIRŠÍ POJEM

e-business

Veškeré podnikové procesy realizované s využitím internetu — i ty, které bezprostředně nesměřují ke směně (dodavatelský řetězec, vnitropodniková komunikace, CRM).



UŽŠÍ POJEM

e-commerce

Soustředí se výhradně na transakční, směnnou stránku podnikatelské činnosti (Turban et al., 2018). Tato publikace jej používá jako ekvivalent „obchodování na internetu“.



STÍRAJÍCÍ SE HRANICE

Omnichannel modely

Kombinují online a offline prodejní kanály v jednotné strategii — zákazník objedná online a vyzvedne na pobočce, nebo naopak.

Ústřední pojem publikace



LAUDON A TRAVER, 2021

Realizace obchodu — směny zboží, služeb či práv — prostřednictvím internetové infrastruktury, přičemž činnost zároveň naplňuje definiční znaky podnikání.

Odpovídá zavedenému pojmu elektronický obchod (e-commerce): využití internetu, webu a mobilních aplikací k realizaci obchodních transakcí.



POJMOVÉ ZÚŽENÍ

Podmnožina

Obchodování na internetu je užší než podnikání na internetu (1.4) — zúžené na aktivity bezprostředně směřující k úplatné směně statků.

Klasifikace podle zúčastněných subjektů



B2B

Business-to-Business

Mezi dvěma podnikateli — např. dodávky surovin mezi výrobci.



B2C

Business-to-Consumer

Podnikatel prodává koncovému spotřebiteli v e-shopu.



C2C

Consumer-to-Consumer

Mezi spotřebiteli navzájem, zprostředkováno platformou (bazar, aukce).



C2B

Consumer-to-Business

Spotřebitel nabízí statek podnikateli — např. fotografii ke komerčnímu využití.

Další dvě klasifikační hlediska



PODLE PŘEDMĚTU SMĚNY

Hmotné zboží

Vyžaduje fyzickou distribuci — podmíněno funkční logistickou infrastrukturou.



PODLE PŘEDMĚTU SMĚNY

Digitální zboží a služby

Doručení výhradně elektronickou cestou — e-knihy, licence, streaming.



PODLE INTEGRACE S OFFLINE

Pure players

Veškerou obchodní činnost realizují výhradně v prostředí internetu.



PODLE INTEGRACE S OFFLINE

Omnichannel modely

Kombinují online a offline prodej — objednávka online, vyzvednutí na pobočce.

Hierarchie pojmů

PODNIKÁNÍ

veškerá soustavná, samostatná, na zisk orientovaná činnost

PODNIKÁNÍ NA INTERNETU

(e-business) — veškeré podnikatelské aktivity přes internet: i výrobní, servisní, publikační

OBCHODOVÁNÍ NA INTERNETU

e-commerce — průsečík obou množin

OBCHOD

aktivity směřující ke směně statků, bez ohledu na prostředí

Devět pojmů, které je třeba umět definovat

Obchod

Směna statků za protihodnotu

Internet

Síť sítí, protokol TCP/IP

World Wide Web

Jedna ze služeb internetu

Podnikání

Soustavná činnost se záměrem zisku

Tvořivá destrukce

Inovace nahrazující staré formy

e-business

Podnikání na internetu

e-commerce

Obchodování na internetu

B2B/B2C/C2C/C2B

Klasifikace podle subjektů

Omnichannel

Kombinace online a offline

Literatura (ČSN ISO 690)



- BERNERS-LEE, T. Weaving the Web. Harper, 1999.
- COASE, R. H. The Nature of the Firm. Economica, 1937.
- CHAFFEY, D., HADLINGTON, L. Digital Business and E-Commerce Management. Pearson, 2022.
- DRUCKER, P. F. Innovation and Entrepreneurship. Harper & Row, 1985.
- KNIGHT, F. H. Risk, Uncertainty and Profit. Houghton Mifflin, 1921.
- LAUDON, K. C., TRAVER, C. G. E-commerce 2021–2022. Pearson, 2021.
- SCHUMPETER, J. A. The Theory of Economic Development. Harvard UP, 1934.
- SMITH, A. An Inquiry into the Wealth of Nations. Strahan & Cadell, 1776.
- TURBAN, E. et al. Electronic Commerce 2018. Springer, 2018.
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

02

BLOK 2 · 90 MINUT

Cvičení a příklady

Pět aktivit z pracovního sešitu — od pojmové rozcvičky po vlastní podnikatelský záměr.

Harmonogram hodiny

0–10

min

CVIČENÍ 1

Pojmová rozcvička

Individuálně / ve dvojicích

10–30

min

CVIČENÍ 2

Klasifikace reálných podnikatelských subjektů

Skupinová práce (3–4 osoby)

30–50

min

CVIČENÍ 3

Prezentace a řízená diskuse

Celá skupina

50–75

min

CVIČENÍ 4

Návrh vlastního podnikatelského záměru

Individuálně / ve dvojicích

75–90

min

CVIČENÍ 5

Závěrečná reflexe

Celá skupina

Pojmová rozcvička



TEORETICKÝ ZÁKLAD

Obchod je cílevědomá směna za úplatu. Podnikání je širší pojem — soustavná činnost vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, se záměrem zisku. Internet je infrastruktura, odlišná od WWW. Nejčastější chyba: jednorázový prodej vlastního majetku není podnikání, pravidelný prodej se záměrem zisku ano.



ZADÁNÍ A POSTUP

Vyučující rozdá deset krátkých výroků o pojmech obchod, podnikání a internet (např. „Prodej vlastnoručně upleteného svetru sousedce je podnikáním“). Studenti rozhodnou pravda/nepravda a zdůvodní. Následuje 5min společná kontrola sporných případů.

Klasifikace reálných podnikatelských subjektů



TEORETICKÝ ZÁKLAD

Vztahy B2B, B2C, C2C, C2B podle zúčastněných stran. Prodejce ve vlastním zastoupení vs. provozovatel platformy/tržiště. Šíře sortimentu: specializovaný → širokosortimentní → univerzální. Model: čistě digitální vs. smíšený.



ZADÁNÍ A POSTUP

Skupiny (3–4 osoby) obdrží pět subjektů (e-shop s elektronikou, sdílení jízdy, výrobce nábytku, online kurzy, bazar oblečení) a pro každý určí:



STUDENTI URČÍ / OBSAHUJE

- zda jde o B2B, B2C, C2C, nebo C2B, a proč
- zda je prodejcem ve vlastním zastoupení, nebo provozovatelem platformy
- jakou šíři sortimentu subjekt nabízí
- zda jde o digitální, nebo smíšený obchodní model

Prezentace a řízená diskuse



TEORETICKÝ ZÁKLAD

Reálné subjekty se často nevejdou do jediné čisté kategorie — typickým hraničním případem je platforma umožňující současně C2C i B2C transakce. Klasifikační schéma je nástroj k uspořádání myšlení, ne neměnná přihrádka.



ZADÁNÍ A POSTUP

Každá skupina ve dvou minutách prezentuje klasifikaci jednoho subjektu z cvičení 2. Ostatní skupiny mohou oponovat. Vyučující moderuje a upozorňuje na hraniční případy, aby ukázal, že realita jen zřídka odpovídá čistým kategoriím.

Návrh vlastního podnikatelského záměru



TEORETICKÝ ZÁKLAD

Kvalitní záměr musí jasně vymezit cílovou skupinu zákazníků a konkurenční výhodu — bez těchto dvou prvků je klasifikace do B2B/B2C/C2C schématu prázdným cvičením bez obchodní podstaty.



ZADÁNÍ A POSTUP

Studenti navrhnu fiktivní podnikatelský záměr na internetu (~10 vět) a několik dobrovolníků jej krátce představí zbytku semináře. Návrh musí obsahovat:



STUDENTI URČÍ / OBSAHUJE

- produkt/službu a cílovou skupinu zákazníků
- zařazení do schématu B2B/B2C/C2C/C2B
- šíři sortimentu a typ obchodního modelu
- alespoň jednu konkurenční výhodu

Závěrečná reflexe



TEORETICKÝ ZÁKLAD

Obchod a podnikání se v běžném jazyce často zaměňují, stejně jako internet a WWW. Typický přesun mezi kategoriemi: platforma od čistě C2C tržiště k modelu B2C — obvykle přináší přísnější regulaci, ale i vyšší důvěryhodnost a tržby.



ZADÁNÍ A POSTUP

Otevřené otázky k diskusi: Které pojmy se nejčastěji zaměňují a proč? Znáte příklad subjektu, který se přesunul mezi kategoriemi (např. z C2C do B2C)? Jaké důsledky takový přesun podniku přináší? Diskuse uzavírá společné shrnutí kapitoly.

DĚKUJI ZA POZORNOST

Kapitola 1 je hotová.

Pevný pojmový aparát — obchod, internet, podnikání a jejich průniky — je základem pro kapitolu 2: konceptuální modely a strategické plánování.

✓ Teorie 1.1–1.6

Pojmový aparát kapitoly probrán

✓ Cvičení 1–5

Praktická aplikace z pracovního sešitu