



NÁVRH PROJEKTU ROZVOJA SPOLOČNOSTI CBA VEREX, A. S. ZALOŽENÉHO NA ELEKTRONICKOM OBCHODE

Mariana Strenitzerová¹ - Pavol Mikušiak²

Úvod

V dnešnej dobe je pre obchodné spoločnosti veľmi dôležité, aby sa dokázali udržať na trhu a aby dokázali byť konkurencieschopné. Obchodná spoločnosť v dnešnom podnikateľskom prostredí musí robiť všetko preto, aby si aspoň udržala svoje postavenie v tvrdom konkurenčnom boji. Z tohto dôvodu sa veľa spoločností snaží vypracovať a dodržiavať strategický plán, ktorý je zameraný hlavne na uplatňovanie moderných trendov používaných pri podnikaní, na ktorých môže spoločnosť postaviť svoju konkurenčnú výhodu.

V dnešnej dobe sú zákazníci stále náročnejší a pohodlnejší. Ako veľmi dobre vieme, v celom svete je novým trendom zakladanie rôznych elektronických obchodov. Už hádam ani neexistuje produkt, ktorý by sme na internete nedokázali nájsť a kúpiť cez elektronický obchod. Preto našim hlavným zámerom bolo vypracovať strategický plán zameraný na implementáciu elektronického obchodu pre veľkoobchodných zákazníkov obchodnej spoločnosti CBA Verex, a. s.. Vieme, že niektoré konkurenčné podniky už takýto elektronický obchod majú, ale stále sú medzi nimi aj také, ktoré sa ešte nerozhodli zaviesť takúto inováciu. Preto si myslíme, že spoločnosť by získala zavedením elektronického obchodu konkurenčnú výhodu voči ostatným spoločnostiam, ktoré sa zatiaľ elektronický obchod nerozhodli zaradiť do svojho portfólia poskytovaných služieb.

Spoločnosť CBA Verex, a. s. sa nachádza, rovnako ako aj iné spoločnosti, v ťažkom podnikateľskom prostredí. V tomto náročnom prostredí je potrebné naučiť sa pracovať. Nachádza sa v ňom veľmi veľa dobrých konkurentov, či už v oblasti veľkoobchodu alebo maloobchodu. V prípade, že spoločnosť chce ostať naďalej uznávanou spoločnosťou v oblasti predaja potravín v oblasti Liptova a Oravy, musí preto niečo urobiť. Je potrebné dobehnúť a možno aj predbehnúť najväčších veľkoobchodných konkurentov. Ak chce spoločnosť CBA Verex, a. s. dobehnúť jej významných konkurentov, musí jednoznačne zaviesť elektronický obchod zo začiatku minimálne pre veľkoobchodných zákazníkov. Tento elektronický obchod by bol určený pre veľkoobchodných zákazníkov spoločnosti CBA Verex, a. s., prostredníctvom ktorého by si mohli objednávať tovar zo širokého sortimentu produktov. Spoločnosť by prijímala objednávky od svojich zákazníkov a zasielala im pripravený tovar na určené miesto prostredníctvom vlastných dopravných prostriedkov. Zároveň by poskytovala akcie a výhodné ceny len pri nákupe cez elektronický obchod spoločnosti CBA Verex, a. s..

¹ doc. Ing. Mariana Strenitzerová, PhD., Žilinská Univerzita v Žiline, Fakulta prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov, Katedra spojov, Univerzitná 1, 010 26 Žilina, Slovenská republika
tel. 00421-041-5133 131, fax 00421-041-5655 615, e-mail: Mariana.Strenitzerova@fpedas.uniza.sk

² Ing. Pavol Mikušiak, p.mikusiak@gmail.com

1. Cieľ projektu a metodika práce

Naším strategickým zámerom bolo vytvoriť koncepciu, ktorú je vhodné dodržať pri zavádzaní elektronického obchodu a pomôže spoločnostiam s jeho implementáciou. Koncepcia pozostáva z nasledovných častí: definovanie predmetu elektronického obchodu, definovanie legislatívy, ktorú poskytovateľ elektronického obchodu musí dodržiavať, analyzovanie konkurenčného prostredia, analyzovanie záujmu zákazníkov, vytvorenie webovej aplikácie, ako aj náklady na jej vytvorenie, a v neposlednom rade prognózy do budúcnosti.

Ako z uvedenej jednoduchšej koncepcie vyplýva, pre zavedenie elektronického obchodu do spoločnosti je potrebné urobiť veľmi veľa krokov ešte pred samotnou implementáciou. Keďže bez konkurencie to na trhu nejde, bolo potrebné analyzovať túto oblasť. Rozhodli sme sa analyzovať najväčších konkurentov vo veľkoobchodnej oblasti. V tejto analýze sme zisťovali, či majú konkurenčné spoločnosti zavedený elektronický obchod, a ak áno, tak ktoré. Keďže hlavným cieľom bolo zavedenie elektronického obchodu, bolo potrebné vykonať zistenie, či nielen spoločnosť je pripravená na takúto finančne náročnú inováciu a jej implementáciu, ale či sú aj zákazníci spoločnosti ochotní prijať takýto moderný trend v oblasti predaja potravín. Z tohto dôvodu sme vytvorili dotazník, ktorý sme distribuovali určitej skupine veľkoobchodných zákazníkov spoločnosti CBA Verex, a. s.. Na základe výsledkov tohto dotazníka sme mohli skonštatovať, že zákazníci majú záujem o veľkoobchodný predaj potravín prostredníctvom elektronického obchodu spoločnosti CBA Verex, a. s..

Okrem internej a externej analýzy spoločnosti CBA Verex, a. s. a zistenia záujmu o elektronický obchod bolo potrebné taktiež zistiť, ktoré zákony je povinný poskytovateľ elektronického obchodu dodržiavať.

Najdôležitejším bodom, ktorý môže zastaviť každého nádejného obchodníka cez internet, je kalkulácia nákladov na vytvorenie, spustenie a prevádzkovanie elektronického obchodu. Keďže spoločnosť pred tromi rokmi implementovala nový firemný softvér, rozhodla sa požiadať tvorcov tohto softvéru o vytvorenie webovej aplikácie elektronického obchodu na základe našich návrhov. Po prekontrolovaní kalkulácie nákladov spojených s tvorbou a prevádzkovaním elektronického obchodu môžeme povedať, že vytvorenie tohto spôsobu predaja vôbec nie je lacné. Myslíme si však, že z dlhodobého hľadiska môže byť vytvorenie elektronického obchodu veľmi užitočné nielen pre zákazníkov, ale aj pre spoločnosť a vynaložené náklady postupne začnú prichádzať späť.

2. Analýza konkurencie z hľadiska využívania elektronického obchodu

Medzi najvýznamnejších veľkoobchodných konkurentov v mieste pôsobenia spoločnosti CBA Verex, a. s. patria :

- Metro Cash&Carry SR, s. r. o.
- Labaš, s. r. o.
- LIBEX, s. r. o.
- INMEDIA, s. r. o.

Na základe konkurenčnej analýzy sme zistili, že všetky spoločnosti majú zavedené elektronické objednávky, čo na prvý pohľad vyzerá kriticky, ale v skutočnosti to kritické nie je. Spoločnosť Metro Cash&Carry SR, s. r. o. a spoločnosť Libex, s. r. o. majú zavedené

elektronické objednávky a tovar si môžu zákazníci vyzdvihnúť len na určených miestach. To je pre zákazníkov možno na jednej strane pohodlné z dôvodu, že nemusia telefonovať, prípadne tovar objednávať prostredníctvom emailu a podobne, no na druhej strane to môže byť pre nich nepohodlné, pretože sa musia dostaviť na určené miesto a tovar si prevziať. Spoločnosť Labaš, s. r. o. má založený elektronický obchod, ktorý funguje na princípe objednať si tovar elektronicky a my ho dovezieme priamo k vám. Tento spôsob je oveľa komfortnejší pre zákazníkov, pretože si tovar môžu objednať elektronicky, ale nemusia si po tovar ísť na určené miesto. Zákazníci si sami určia, kde chcú mať tovar dovezený a spoločnosť Labaš, s. r. o. im vyhovie. Spoločnosť INMEDIA, s. r. o. má zavedené elektronické objednávanie, ale jej produktový sortiment je výrazne menší ako pri ostatných spoločnostiach.

3. Záujem veľkoobchodných zákazníkov spoločnosti CBA Verex, a. s. o elektronický obchod

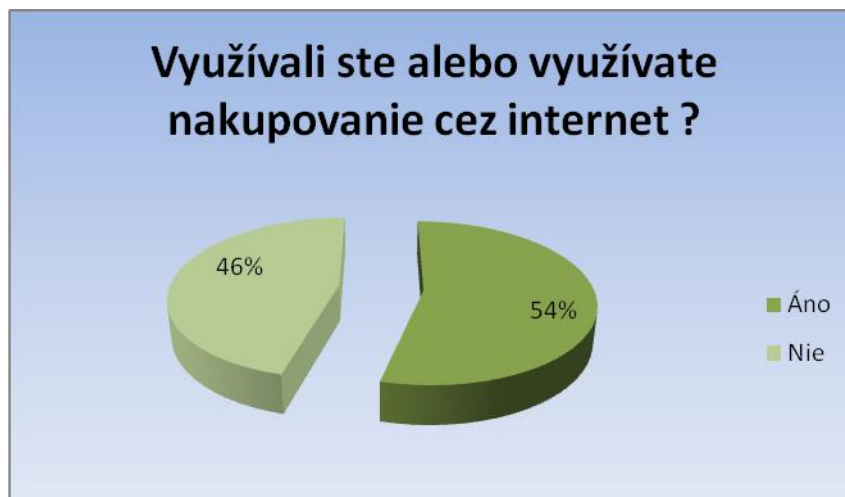
Za účelom zistenia záujmu zákazníkov spoločnosti CBA Verex, a. s. o elektronický obchod a jeho implementáciu boli oslovení veľkoobchodní zákazníci v celkovom počte 80. Zákazníkom bol distribuovaný dotazník, v ktorom sa nám okrem iného vyjadrili aj k tomu, či by mali záujem o objednávanie tovaru prostredníctvom tohto komunikačného kanálu. Distribuovaný dotazník pozostával z 10 otázok, z ktorých prvé tri boli identifikačné a zvyšných sedem bolo zameraných na informácie týkajúce sa pripojenia na internet, využívania elektronického obchodu, záujmu o elektronický obchod spoločnosti CBA Verex, a. s., záujmu o poskytovanie iných vernostných programov, formy platby a pod. Návratnosť dotazníka bola 76,25 %.

V nasledujúcej časti sú spracované otázky súvisiace priamo so zavedením elektronického obchodu. Východiskovou otázkou sme chceli zistiť, či majú spoločnosti v sídle svojej prevádzky internet. Na základe odpovedí sme zistili, že veľká časť až 64 %, čo predstavuje 39 zákazníkov, má v mieste prevádzky internet, a zvyšných 22 zákazníkov internet nemá, ale s jeho zavedením uvažujú.



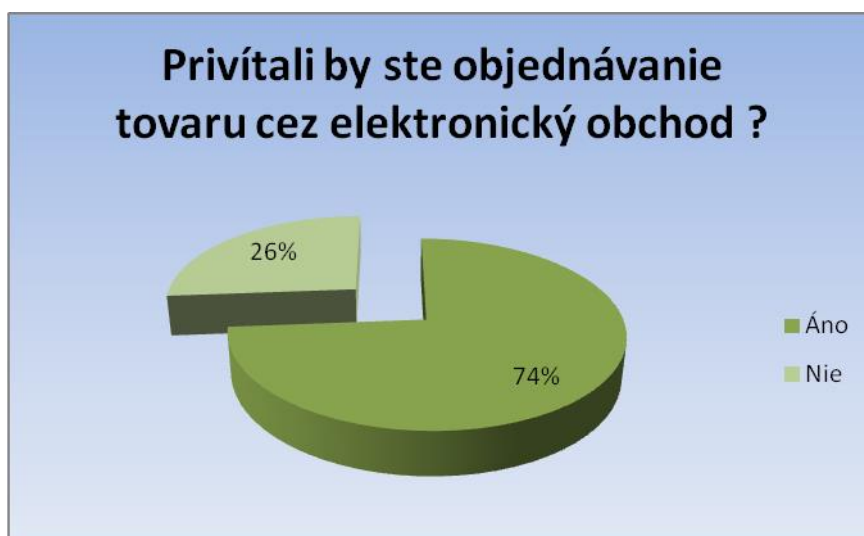
Graf 1. Máte v mieste prevádzky internet ? (vlastné spracovanie)

Využívali ste alebo využívate nakupovanie cez internet bola naša druhá otázka týkajúca sa zavedenia elektronického obchodu. Na túto otázku sme dostali kladnú odpoveď od 33 opýtaných, čo predstavuje 54 %. Zvyšných 28 zákazníkov nezvykne využívať elektronický obchod nielen s potravinami ale aj s iným spotrebným tovarom.



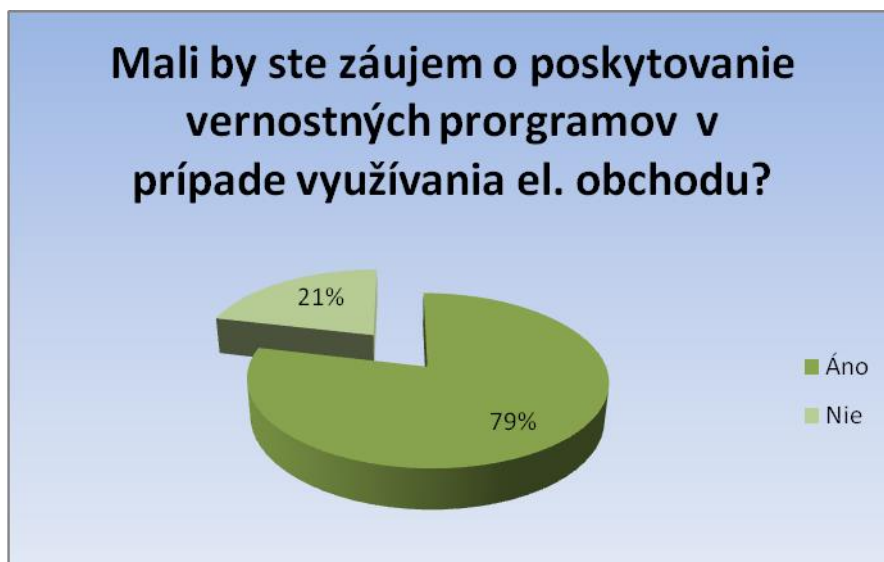
Graf 2. Využívali ste nakupovanie cez internet? (vlastné spracovanie)

Základnou otázkou, a pre nás najdôležitejšou zo všetkých, bola otázka, či by veľkoobchodní zákazníci spoločnosti CBA Verex, a. s. prijali a boli ochotní využívať elektronický obchod s potravinami. Veľmi nás potešil záujem zákazníkov a ich odpovede, keď sme po vyhodnotení dotazníka zistili, že až 74 % opýtaných zákazníkov by bolo ochotných a mali by záujem o vytvorenie elektronického obchodu s potravinami. Sme presvedčení, že napriek tomu, že odpovede na predchádzajúce otázky sa v menšej miere stretli s pozitívnou reakciou, zákazníci sú ochotní sa učiť a prispôbovať modernej dobe, a preto by boli schopní vytvoriť si podmienky tak, aby mohli aj oni využívať elektronický obchod spoločnosti CBA Verex, a. s..



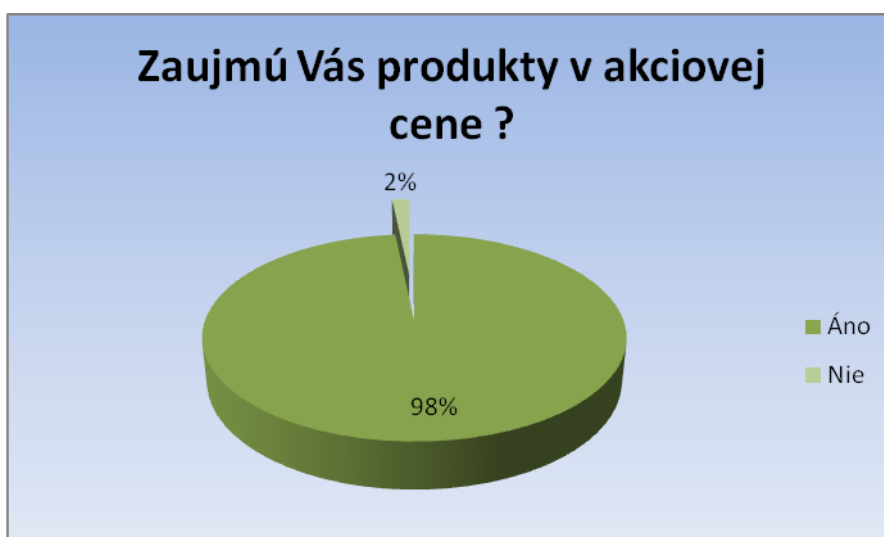
Graf 3. Privítali by ste objednávanie tovaru cez internet ? (vlastné spracovanie)

Pri zisťovaní záujmu o poskytovanie vernostných programov sme sa stretli s pozitívnym ohlasom. Až 79 % opýtaných zákazníkov by malo záujem o poskytnutie vernostných programov. Predpokladáme, že každému zákazníkovi sa páčia vernostné programy a výhody s nimi spájané. Preto si myslíme, že by to bolo veľkou výhodou nielen pre zákazníkov, ale aj pre spoločnosť CBA Verex, a. s..



Graf 4. Mali by ste záujem o poskytovanie vernostných programov ? (vlastné spracovanie)

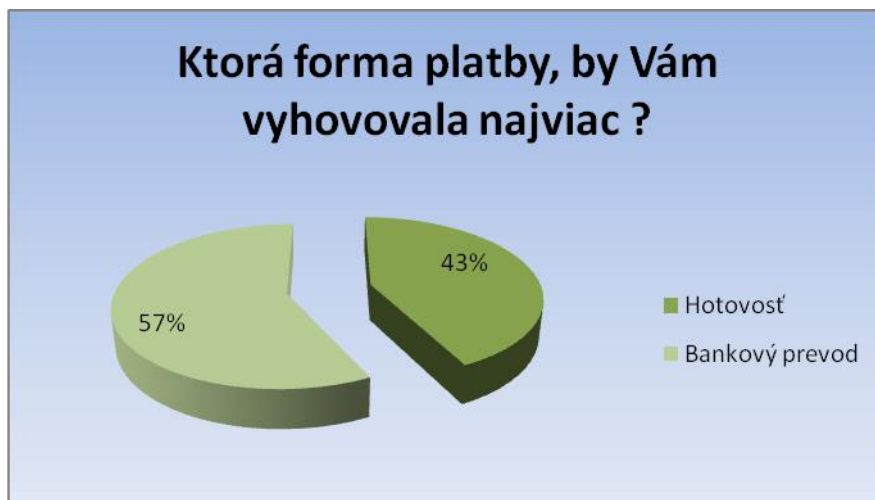
Veľký záujem prejavili zákazníci aj o produkty v akciových cenách. Zistili sme, že zo všetkých opýtaných iba jedného tieto produkty nezaujímajú. Percentuálne to môžeme vyjadriť, že až 98 % veľkoobchodných zákazníkov zaujímajú zľavené produkty.



Graf 5. Zaujmú Vás produkty v akciovej cene ? (vlastné spracovanie)

Forma platby je tiež významným faktorom pri využívaní elektronického obchodu. Zistili sme, že odpovede boli takmer vyrovnané, ale predsa len viac zákazníkov by si prialo

platbu prostredníctvom bankového prevodu, a to až 57 % opýtaných zákazníkov. Zvyšných 43 % zákazníkov by si prialo platbu prostredníctvom hotovosti pri dodaní tovaru.



Graf 6. Ktorá forma platby, by Vám vyhovovala najviac ? (vlastné spracovanie)

Platba kartou a internet banking sú taktiež obľúbenou formou platby veľkoobchodných zákazníkov spoločnosti CBA Verex, a. s.. Z vyhodnotenia dotazníkov sme zistili, že až 66 % využíva platbu cez internet a len 34 % nevyužíva takúto platbu. Z tohto dôvodu si myslíme, že zákazníci majú dôveru voči elektronickým platbám a ani spôsob platby prostredníctvom internetu ich nemôže odradiť od nakupovania cez elektronický obchod spoločnosti CBA Verex, a. s..



Graf 7. Využívate internet banking alebo platbu kartou cez internet ? (vlastné spracovanie)

4. Legislatíva upravujúca elektronické obchodovanie

Vytvorenie elektronického obchodu podlieha rôznym legislatívnym predpisom a zákonom, ktoré musí poskytovateľ elektronického obchodu dodržiavať. Medzi najdôležitejšie zákony, ktoré musí každá spoločnosť poskytujúca elektronický obchod dodržiavať, patria :

- zákon č. 108/2000 Z.z. o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a zásielkovom predaji,
- zákon č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov,
- zákon č. 22/2004 Z.z. o elektronickom obchode a o zmene a doplnení zákona č. 128/2002 Z.z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení zákona č. 284/2002 Z.z.,
- zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník,
- zákon č. 266/2005 o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

Zároveň musí dodržiavať :

- úplné a pravdivé informácie o prevádzkovateľovi internetového obchodu (IČO a sídlo obchodníka, kontakty na zodpovedné osoby a pod.),
- úplné a pravdivé informácie o tovare resp. službe a cenách vrátane všetkých poplatkov,
- úplné a pravdivé informácie o procese objednávaní, dodacích podmienkach a spôsobe vybavení objednávky (spôsob dodaní tovaru resp. služby, cena za dopravu, možnosti platení a pod.),
- spôsob a podmienky uplatnení reklamácie tovaru resp. služby,
- spôsob ďalšej komunikácie so zákazníkom (e-mail, telefón...).

V prípade, že by spoločnosť chcela vytvoriť certifikovaný elektronický obchod, musí spĺňať určité pravidlá a musí poskytovať:

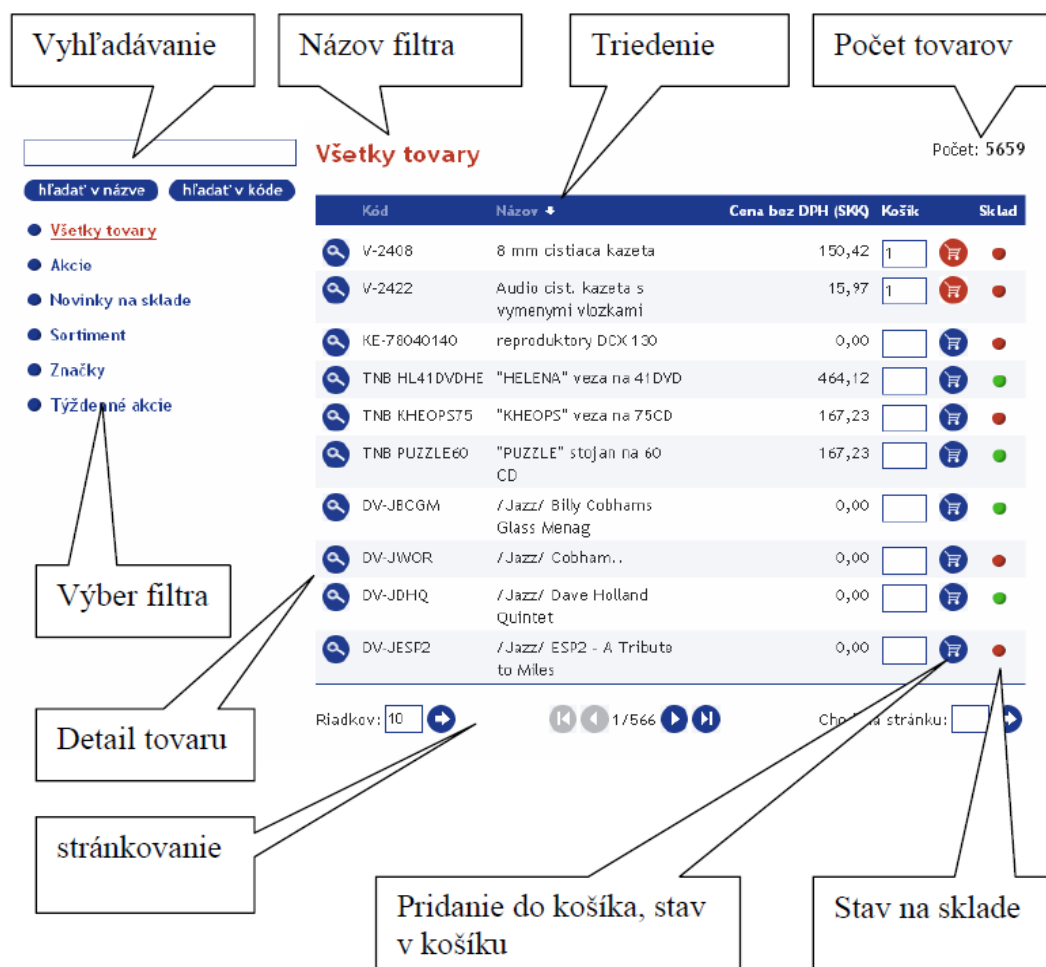
- úplné a pravdivé informácie o dodávateľovi,
- úplné a pravdivé informácie o tovare,
- úplné a pravdivé informácie o procese objednávaní a dodacích podmienkach,
- úplné a pravdivé informácie o procese objednávky,
- úplné a pravdivé informácie o záručných podmienkach a reklamácií – uplatnení práv zo zodpovednosti za škodu,
- zaručenie ochrany osobných údajov spotrebiteľa.

5. Vytvorenie webovej aplikácie elektronického obchodu

Elektronický obchod by mal byť založený ako nový spôsob objednávaní tovaru pre veľkoobchodných zákazníkov spoločnosti CBA Verex, a. s.. Keďže elektronický obchod má byť implementovaný do existujúcej spoločnosti, nie je potrebné vytvárať samostatnú právnu formu, a preto elektronický obchod bude vystupovať pod existujúcou akciovou spoločnosťou.

Spoločnosť CBA Verex, a. s. nedávno implementovala nový podnikový softvér, ktorý pre ňu vytvorila spoločnosť NR SYS. Keďže spoločnosť CBA Verex, a. s. reálne uvažuje nad implementáciou elektronického obchodu, rozhodli sme sa vytvoriť pre nich v spolupráci so spoločnosťou NR SYS návrh webovej aplikácie pre elektronický obchod, ktorá by spolupracovala s podnikovým softvérom.

Aplikácia bude slúžiť pre registrovaných užívateľov systému na tvorbu objednávok. V prípade, že budú mať zákazníci spoločnosti záujem o registráciu, budú sa musieť obrátiť na prevádzkovateľa so žiadosťou o zriadenie konta, alebo budú musieť vyplniť registračný formulár. Prevádzkovateľ na základe žiadosti zriadi prístup do systému s vygenerovaným počítačovým heslom.



Obrázok 1. Návrh webovej aplikácie Enau (NR SYS)

6. Rozpočet - Kvantifikácia nákladov vynaložených pred spustením elektronického obchodu

V nasledujúcej tabuľke je stručná kalkulácia nákladov na zavedenie a prevádzku elektronického obchodu prostredníctvom webovej aplikácie Enau. Náklady na vytvorenie základnej aplikácie sú vyčíslené do výšky 6000 €. Ich odhadovaná úprava je kalkulovaná na 5940 € a náklady na licenčný ročný upgrade elektronického obchodu je vo výške 720 €.

Kalkulácia nákladov na vytvorenie webovej aplikácie Enau					
Názov produktu Nautilus - Elektronická stránka Enau	Jednotková cena v EUR	Zľava	Jedn.cena po zľave	Počet kusov	Celková cena v EUR
Elektronický Nautilus cez stránku E-nau	6000		6000	1	6 000 €
Odhadované úpravy	40	7	33	180	5 940 €
Licenčný upgrade Nautilus - navýšenie Enau - systém elektronického obchodu					720 €
Celková suma					12 660 €

Tabuľka 1. Kalkulácia nákladov na vytvorenie webovej aplikácie Enau (NR SYS)

7. Prognózy do budúcnosti

Hlavnou prognózou do budúcnosti je reálne zavedenie elektronického obchodu pre veľkoobchodných zákazníkov do konca tohto roka. Veríme, že spoločnosť využije vypracovanie tohto projektu ako vhodný návod na dosiahnutie tejto prognózy. Druhou prognózou do budúcnosti je zvýšenie tržieb spoločnosti o 10 %. Spoločnosť dosiahla za rok 2011 tržby v celkovej výške 40 393 620 € a zavedením elektronického obchodu by chceli tieto tržby zvýšiť o 10 %. Na nasledujúcom grafe môžeme vidieť prognózu výšky tržieb do roku 2014. Spoločnosť vykazuje od roku 2010 mierny nárast tržieb až do konca roku 2013, kedy má byť zavedený elektronický obchod. V roku 2014 očakáva spoločnosť zvýšenie tržieb o predpokladaných 10 %.



Graf 8. Prognóza vývoja tržieb z predaja do roku 2014 (vlastné spracovanie)

Zavedením elektronického obchodu spoločnosť CBA Verex, a. s. plánuje do budúcnosti získať 30 % aktuálnych zákazníkov, ktorí by prešli z bežného objednávanie tovaru prostredníctvom telefónu na elektronické objednávanie prostredníctvom webovej aplikácie. V neposlednom rade by chcela spoločnosť získať nových zákazníkov, ktorých by zaujalo objednávanie tovaru prostredníctvom elektronického obchodu, ako aj získanie zákazníkov, ktorí v minulosti prešli z rôznych dôvodov ku konkurencii.

Záver

V minulosti len málo inovácií prinieslo toľko výhod a prínosov ako elektronický obchod. Globálna podstata technológií, nižšie náklady, široká škála možností a rýchly rast webu predstavujú množstvo výhod pre každého, či už ide o výhody elektronického obchodovania pre spoločnosť alebo pre zákazníkov. Spoločnosti elektronický obchod umožní rozšírenie trhu, nižšie náklady na tvorbu, spracovanie, distribúciu, uskladňovanie a príjem informácií spracovávaných doteraz v papierovej forme, optimalizáciu dodávateľského reťazca, znižovanie komunikačných nákladov, zjednodušenie práce obchodníka, upriamenie na konkrétneho zákazníka, ale aj zlepšenie reputácie spoločnosti, skvalitnenie zákazníckych služieb a zvýšenie flexibility. Elektronický obchod však prináša množstvo výhod aj pre zákazníkov, ako napr. elektronický obchod otvorený 7 dní v týždni 24 hodín, širší sortiment, viac detailov o produkte, možnosť nákupu za nižšie ceny, realizácia rýchleho porovnania cien produktov, ale taktiež zvyšovanie konkurencie prináša zákazníkom zľavy a výhody. I keď vstupná investícia do elektronického obchodu môže byť vysoká, zvýšenie objemu predaja, optimalizácia nákladov, zvýšenie počtu a spokojnosti zákazníkov časom zaručí návratnosť danej investície.

Literatúra

- [1] MIKUŠIAK, P.: Strategický plán rozvoja vybranej organizácie. Diplomová práca. Vedúci diplomovej práce: doc. Ing. Mariana Strenitzerová, PhD., Žilina, 2013
- [2] Legislatíva upravujúca elektronické podnikanie. [online]. [cit. 2013-04-22] Dostupné na internete: <<http://www.bezpecnynakup.sk>>

Grantová podpora

- VEGA 1/0421/12 Modelovanie difúzie znalostí v podnikových hodnotových reťazcoch
- VEGA 1/0895/13 Výskum strategického riadenia podnikov ako podpora konkurencieschopnosti v dynamickom podnikateľskom prostredí

Tento článok vznikol v nadväznosti na riešený projekt spolufinancovaný zo zdrojov EÚ s názvom „**Kvalita vzdelávania a rozvoj ľudských zdrojov ako piliere vedomostnej spoločnosti na Fakulte PEDAS Žilinskej univerzity v Žiline, ITMS 26110230083.**“



Moderné vzdelávanie pre vedomostnú spoločnosť/Projekt je spolufinancovaný zo zdrojov EÚ