

Univerzita Pardubice
Fakulta elektrotechniky a informatiky

Hodnocení produktu Zoner INSHOP4

Lukáš Černý

Bakalářská práce

2008

Univerzita Pardubice
Fakulta elektrotechniky a informatiky
Katedra informačních technologií
Akademický rok: 2007/2008

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lukáš ČERNÝ**
Studijní program: **B2646 Informační technologie**
Studijní obor: **Informační technologie**

Název tématu: **Hodnocení produktu Zoner inShop4**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem práce je porovnání funkčnosti a možnosti nasazení komerčního produktu e-commerce Zoner inShop4 s ostatními konkurenčními produkty.

Teoretická část:

Obsahuje vymezení srovnávaného produktu z hlediska zacílení a stanovení základních funkcionalit v rámci zákaznického segmentu. V návaznosti budou pak určena kritéria pro vícekritériální analýzu a hodnocení.

Implementační část:

Shrne poznatky a závěry analýzy, která bude obsahovat i konkrétní ukázky práce s jednotlivými produkty pro ilustraci výhod a nevýhod řešení z hlediska provozovatele i koncového zákazníka.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

Gutmans, A. Mistrovství v PHP 5

Smička, R. Optimalizace pro vyhledávače - SEO

Nondek, L. Řenčová, L. Internet a jeho komerční využití.

Sedláček, J. E-komerce internetový a mobil marketing - od A do Z
online zdroj <http://www.zoner-inshop.cz/>

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Jana Holá, Ph.D.

Ústav elektrotechniky a informatiky

Datum zadání bakalářské práce:

30. listopadu 2007

Termín odevzdání bakalářské práce:

16. května 2008



doc. Ing. Simeon Karamazov, Dr.

děkan

V Pardubicích dne 29. dubna 2008

Souhrn

Tato bakalářská práce se zabývá vlastnostmi a možnostmi vytvoření internetového obchodu. Hlavní náplní práce je analýza vlastností internetového obchodu vytvořeného pomocí vývojového nástroje Zoner INSHOP4 od společnosti Zoner Software, s.r.o. Další součástí práce je srovnávací analýza s vyzkoušenými konkurenčními produkty, které jsou dostupné na trhu.

Klíčová slova

INSHOP4, e-shop, internetový obchod, e-commerce, osCommerce, Zen Cart

Title

The Software Product Zoner INSHOP4 Evaluation

Abstract

This bachelor work deals with possible characteristics and options to create an internet commerce. The main content of the bachelor work is to analyse characteristics of an internet commerce created with a developmental tool called Zoner INSHOP4 by Zoner Software, s.r.o. The next part of the work is comparative analysis with other tested products which are available on our market.

Keywords

INSHOP4, e-shop, internet commerce, e-commerce, osCommerce, Zen Cart

Obsah

1. Úvod	10
2. E-shop a jeho význam pro podnik.....	11
2.1. Základní charakteristiky e-shopu.....	12
2.1.1. Modulárnost	12
2.1.2. Customizace	13
2.1.3. Personalizace	13
2.1.4. Bezpečnost	14
2.1.5. Přístupnost (accessibility)	14
2.1.6. Použitelnost (usability)	15
2.2. Základní funkce e-shopu.....	15
2.2.1. Vyhledávání	16
2.2.2. Katalog.....	16
2.2.3. Registrace.....	16
2.2.4. Nákupní košík.....	17
2.2.5. Pokladna.....	17
2.3. Možnosti řešení e-shopu	17
2.3.1. Open source řešení.....	18
2.3.2. Krabicové řešení.....	20
2.3.3. Outsourcingové řešení	20
2.3.4. Aplikace na zakázku	22
2.3.5. Vlastní vývoj aplikace	23
3. Zoner INSHOP4	24
3.1. Jak funguje Zoner INSHOP4	24
3.1.1. Klientská část aplikace.....	25
3.1.2. Serverová část aplikace.....	26
3.2. Použité technologie.....	27
3.2.1. Databázový systém Microsoft SQL Server 2005	27
3.2.2. Technologie ASP.NET	27
3.2.3. Značkovací jazyk XML	28
3.2.4. Technologie CSS	29
3.2.5. Značkovací jazyk XHTML	29

3.3.	Funkce Zoner INSHOP4 Manageru	30
3.3.1.	Katalog zboží.....	30
3.3.2.	Objednávky	31
3.3.3.	Zákazníci.....	31
3.3.4.	Marketing	31
3.3.5.	Konfigurace webové části prodejny	32
3.3.6.	Nastavení.....	34
3.3.7.	Datová výměna.....	34
3.4.	Vlastní práce s produktem.....	35
4.	Vybraná řešení pro e-shop	36
4.1.	Open source.....	36
4.1.1.	osCommerce.....	37
4.1.2.	Vlastní práce s osCommerce	38
4.1.3.	Zen Cart.....	40
4.1.4.	Vlastní práce se Zen Cartem	41
4.2.	Outsourcing	43
4.2.1.	A-net shop	43
4.2.2.	Vltava2000	45
4.3.	Krabicové řešení	47
4.3.1.	KarsaV2	47
4.4.	Srovnání aplikací z pohledu použitých technologií.....	49
5.	Závěrečná analýza	50
5.1.	Porovnávací kritéria zvolená pro hodnocení.....	50
5.2.	Bodové ohodnocení kritérií.....	51
6.	Závěr	53
7.	Seznam použité literatury.....	54

Seznam obrázků a tabulek

Obrázek č. 1: Jak to funguje.	25
Obrázek č. 2: Zoner INSHOP4 Manager.	26
Obrázek č. 3: Možnosti rozvržení stránky e-shopu.	32
Obrázek č. 4: Standardní šablona.	33
Obrázek č. 5: Komunikace se serverem.	35
Obrázek č. 6: Vlastní e-shop v Zoner INSHOP4.	36
Obrázek č. 7: Administrace osCommerce.	39
Obrázek č. 8: E-shop v osCommerce.	39
Obrázek č. 9: Kategorie rozšiřujících modulů.	40
Obrázek č. 10: E-shop v Zen Cart.	42
Obrázek č. 11: Administrace Zen Cart.	43
Obrázek č. 12: Administrace A-net shop.	45
Obrázek č. 13: Administrace Vltava2000.	47
Obrázek č. 14: Administrace KarsaV2.	49
Tabulka č. 1: Přehled technologií u představených řešení.	49
Tabulka č. 2: Hodnocení – pořizovací náklady.	51
Tabulka č. 3: Hodnocení – provozní náklady.	51
Tabulka č. 4: Hodnocení – časová náročnost na spuštění.	51
Tabulka č. 5: Hodnocení – technická podpora.	51
Tabulka č. 6: Hodnocení – úprava grafického vzhledu.	52
Tabulka č. 7: Hodnocení – propojení s ekonomickými systémy.	52
Tabulka č. 8: Hodnocení – rozšíření o moduly a funkce.	52
Tabulka č. 9: Hodnocení – shrnutí.	53

Seznam zkratk

Zkratky v anglickém jazyce	Český ekvivalent
B2B – Business to Business	– obchodní vztahy, které se realizují mezi dvěma podniky.
B2C – Business to Consumer	– obchodní vztahy mezi podnikem a konečným spotřebitelem.
CSS – Cascading Style Sheets.	– tabulky kaskádových stylů.
DTD – Document Type Definition	– definice typu dokumentu.
ERP – Enterprise Resource Planning.	– řízení podnikových zdrojů.
GPL – General Public Licence	– všeobecná veřejná licence.
HTML – HyperText Markup Language.	– hypertextový značkovací jazyk.
HTTP – HyperText Transfer Protocol.	– protokol určený pro výměnu hypertextových dokumentů ve formátu HTML.
HTTPS – Hypertext Transfer Protocol over Secure Socker Layer	– nadstavba protokolu HTTP, která slouží pro zvýšení bezpečnosti před odposlechnutím.
IIS – Internet Information Services.	– informační služby Internetu.
JSP – JavaServer Pages	– javaserver stránky.
PDA – Personal Digital Assistent	– osobní digitální pomocník.
PHP – Hypertext Preprocessor.	– hypertextový preprocesor.
RSS – Rich Site Summary	– kanál k odběru novinek.

SEO – Search Engine Optimization.	– optimalizace pro vyhledávače.
SOAP – Simple Object Access Protocol	– protokol pro výměnu zpráv v XML.
SSL – Secure Socket Layer	– protokol pro zabezpečení komunikace šifrováním a autentizací komunikujících stran.
SQL – Structured Query Language	– strukturovaný dotazovací jazyk.
W3C – The World Wide Web Consortium	– mezinárodní sdružení organizací, zabývajících se tvorbou a správou standardů, vztahujících se k WWW.
XHTML – Extensible Hypertext Markup Language.	– rozšiřitelný hypertextový značkovací jazyk.
XML – Extensible Markup Language.	– rozšiřitelný značkovací jazyk

1. Úvod

S rychlým vývojem Internetu a jeho rozšířením mezi populaci se internetový obchod stává významným prostředkem firem pro oslovení potenciálních zákazníků. Internetový obchod přináší výhody jak pro zákazníka, tak i pro prodejce.

Nakupování na Internetu je pro zákazníka velmi pohodlné. Zákazník si může nabídku zboží a služeb prohlédnout z libovolného místa na světě aniž by musel být fyzicky přítomen na pobočce obchodu. O vybraném produktu či službě může během krátkého času zjistit velmi podrobné informace a názory jiných zákazníků. Pokud je s produktem nebo službou spokojen, může si je jednoduše objednat přes Internet. Kdo vyzkouší nákup přes Internet, zpravidla i příště nakoupí přes Internet.

I pro prodejce přináší internetový obchod výhody. Prodejce může nabízet zboží nebo služby, které nemá sám fyzicky na skladě. Pokud si zákazník objedná zboží nebo službu prodejce obchod zprostředkuje přes svého dodavatele. To umožňuje prodejci nabízet široké množství zboží, které není schopen v kamenné pobočce nabídnout.

V druhé kapitole jsou uvedeny základní charakteristiky a funkce internetových obchodů. Dále jsou zde popsány možná řešení pro tvorbu a provoz internetového obchodu.

V kapitole 3 je popsán Zoner INSHOP4. Je zde stručně popsán princip funkčnosti tohoto řešení. Dále jsou zde popsány využití technologie.

Kapitola 4 blíže představuje jednotlivé produkty vybraných řešení pro tvorbu a provoz internetového obchodu, s kterými jsem při tvorbě této práce pracoval.

Poslední kapitola se zabývá závěrečnou analýzou, kde jsou bodově srovnávány jednotlivá kritéria internetového obchodu u vybraných produktů.

2. E-shop a jeho význam pro podnik

Internetový obchod je pro prodejce i pro spotřebitele, velmi perspektivní cestou. Samozřejmě nelze tvrdit, že internetové obchody můžou kompletně nahradit klasické obchody. Pro zachování klasických obchodů existuje celá řada sociálních, psychologických důvodů. Internetový obchod přináší v dnešní době pro podnik mnoho výhod.

Výhody internetového obchodu pro podnik:

- Vedlejší distribuční kanál ke kamenným pobočkám podniku.
- Využití nových komunikačních kanálů a proniknutí na nové trhy.
- Lepší využití podnikových zdrojů.
- Lepší a efektivnější kontakt s partnery a zákazníky.
- Zvýšení výnosů nabídkou nových produktů.
- Snadnější získání údajů o zákaznících pro analytické operace.

Internetový obchod není jediná možnost podniku jak prezentovat a prodávat své produkty a služby.

Možnosti využití Internetu v podniku:

- **Statická řešení** – jsou založena na pasivních webových stránkách, které nemohou reagovat na požadavky uživatelů.
 - **Statická WWW prezentace** – jsou zde uvedeny kontakty (telefon, fax, e-mail) prodejce. Zákazník může využít kontaktů a zaslat na ně svoje požadavky nebo objednávky.
 - **Statický katalog zboží** – seznam nabízeného zboží a služeb bez možnosti dynamicky katalog aktualizovat.
- **Obchodní webové aplikace** – jsou realizované programovacích jazyků pro tvorbu interaktivních www aplikací.

- **Dynamický katalog zboží** – je obdobou statického katalogu, ale údaje o zboží nejsou fixně vyjádřeny pomocí HTML souborů, ale generují se z datových zdrojů. Zákazník realizuje svoje objednávky opět přes uvedené kontakty (telefon, fax, e-mail).
- **E-shop typu „nákupní košík“** – je založen na běžných principech internetového obchodu, zejména pak na virtuálním nákupním košíku, a na dalších základních funkcích.
- **Komplexní elektronický obchod** – je komplexní, specializované řešení podle specifických potřeb prodejce. Zahrnuje již i integraci e-shopu s ERP systémem (s moduly prodej, sklady, marketing). [1]

2.1. Základní charakteristiky e-shopu

Každý internetový obchod by měl mít následující charakteristiky:

- modulárnost;
- customizace,
- personalizace,
- bezpečnost,
- přístupnost (accessibility),
- použitelnost (usability).

2.1.1. Modulárnost

Modulárnost je důležitou vlastností především pro prodejce. Při použití modulárního řešení není systém zbytečně zatížen množstvím funkcí, které prodejce vůbec nepotřebuje. Díky tomu se jádro systému stává jednodušší a stabilnější. Pokud prodejce potřebuje nějaké funkce navíc, které nejsou v systému integrované lze si daný modul zakoupit nebo naprogramovat.

2.1.2. Customizace

Customizace umožňuje konkrétnímu uživateli na základě jeho požadavků měnit vzhled a obsah aplikace. Customizace může být na úrovni provozovatele nebo zákazníka. Změnu vzhledu rozhraní aplikace pro konkrétního uživatele lze povolit v zásadě u každé aplikace. Umožnění změny zobrazování obsahu by měla být striktně řízena dodavatelem. U internetového obchodu by možnost omezení zobrazování obsahu mohla vést k omezení prodejce, který by již nemohl zákazníkovi nabídnout další sortiment zboží.

Některé možnosti customizace vzhledu:

- velikost a barva písma;
- barva pozadí;
- rozmístění prvků;
- vlastní barevná schémata apod.

2.1.3. Personalizace

Personalizace vyjadřuje individuální přístup nebo individuální přizpůsobení vlastním potřebám. Funkcí personalizace je zajistit informační obsah a služby specifické pro jednotlivé zákazníky, které jsou založeny na znalosti zákaznických preferencí a chování. Personalizace se provádí na základě profilu zákazníka, je tím cílenější, čím více je profil detailnější.

Co lze v e-shopu personalizovat pro zákazníka:

- obsah webového rozhraní,
- doporučení produktů nebo služeb (např. CD),
- marketingové aktivity (např. e-mail),
- vyhledávání informací,
- cenu.

2.1.4. Bezpečnost

Bezpečnost je velmi důležitým prvkem u internetových obchodů. Zákazníci komunikují s internetovým obchodem přes Internet což nedůvěryhodná síť. Bezpečnostním požadavkem je tedy především to aby nemohla přenášená data získat a zneužít třetí strana.

Standardní bezpečnostní prvek mezi komunikací zákazníka s internetovým obchodem je nahrazení standardního protokolu http protokolem https. Https je zabezpečená verze protokolu http a jeho úkolem je zvýšit bezpečnost před odposlechnutím nebo podstrčením falešných dat. Princip komunikace https je přenos dat pomocí protokolu http a šifrování dat pomocí protokolu SSL.

2.1.5. Přístupnost (accessibility)

Internetový obchod by měl být přístupný pro všechny zákazníky a neměl by klást při použití žádné překážky. Internetový obchod by měl být stejně přístupný jak pro normálního uživatele, tak i pro uživatele s fyzickým handicapem (zrakově, sluchově a pohybově postižení, uživatelé s poruchami učení a soustředění) a technickým handicapem (pomalé připojení k Internetu). V oblasti přístupnosti existuje velká řada doporučení.

Seznam doporučení při vývoji přístupného webu:

- Web Accessibility Initiative
- US SECTION 508
- EuroAccessibility Consortium
- Blind Friendly Web

Efekty přístupného internetového obchodu:

- zvýšení návštěvnosti,
- nediskriminace handicapovaných,

- zvýšení zisku,
- výhoda proti konkurenci s nepřístupným internetovým obchodem.

2.1.6. Použitelnost (usability)

Použitelnost slouží pro lepší interakci zákazníka s internetovým obchodem. Vyjadřuje, jak dobře se zákazník orientuje, jak snadno pochopí uspořádání a ovládání internetového obchodu. E-shop se chová přátelsky a zákazníkům v něm nebrání je přehledný, srozumitelný, intuitivně ovladatelný a poskytuje příjemný uživatelský zážitek. Spokojený zákazník se pak opakovaně vrací namísto toho, aby hledal u konkurence. „Podle Jakoba Nielsena, sleduje použitelnost pět základních cílů, které jsou vyjádřeny tím, že zákazník:

- nově navštívený web lehce pochopí a zvládne jej používat;
- dokáže na známém webu dosahovat svých cílů;
- pamatuje si uspořádání webu a při další návštěvě si ho pamatuje;
- dělá minimum závažných chyb, které případně rychle napravuje;
- má z používání příjemný zážitek.“ [1]

Klíče použitelnosti:

- jednoduchost;
- standardní ovládání, běžné na většině webů;
- nenutit uživatele přemýšlet. [4]

2.2. Základní funkce e-shopu

V této kapitole jsou popsány základní funkce, které by měl obsahovat i jednoduchý internetový obchod.

Přehled základních funkcí.

- Vyhledávání.

- Katalog produktů.
- Registrace.
- Nákupní košík.
- Pokladna.

2.2.1. Vyhledávání

Pokud je v internetovém obchodě více kategorií a produktů, zákazník ztrácí přehled, a proto je vhodné umožnit vyhledávání zboží pomocí slov. U výsledků vyhledávání je vhodné implementovat funkce seřazení podle abecedy, ceny a výrobců.

Možnost vyhledávání lze implementovat několika způsoby. Prvním způsobem je použít cizí vyhledávač jako je třeba Google. U tohoto řešení je problém s aktuálností výsledků. Toto řešení je vhodné pouze pro statické weby pro vyhledávání kontaktů nebo informací. Další možností implementace vyhledávání je vlastní fulltextové, které prohledává databázi s výrobky, výrobcí, kategoriemi. Tato možnost je ideální pro internetové obchody, protože vyhledávání probíhá ve vlastní databázi.

2.2.2. Katalog

Katalog produktů je důležitý prvek každého internetového obchodu. Prohlížením katalogu získávají zákazníci informace, pomocí kterých se rozhodují, jestli něco koupí. Internetový obchod by měl zákazníkům umožnit prohlédnout si zboží a poskytnout veškeré informace. Důležité je zobrazovat cenu již u výpisu produktů a ne až v detailu produktu. Důležitou možností je procházení kategorií a zobrazení detailu výrobku. Katalog by měl být pro zákazníky příjemný a přehledný.

2.2.3. Registrace

Při registraci uvádí zákazník, nezbytně nutné údaje, které bývají zvýrazněny. Především to bývá uživatelské jméno a heslo, které slouží k přihlášení. Dále se uvádí údaje jako je např. jméno, příjmení, adresa a e-mail pro kontakt.

Tyto údaje se pak použijí pro vyřízení objednávky. Zaregistrované údaje lze kdykoliv změnit.

Některé zákazníky může nutnost registrace odradit, pokud jsou již registrováni v jiném internetovém obchodě se stejným sortimentem zboží. Z tohoto důvodu není registrace vždy povinným prvkem.

2.2.4. Nákupní košík

Nákupní košík je v internetovém obchodě velmi důležitá a nepostradatelná funkce. Zákazník má v nákupním košíku seznam vybraného zboží a jeho ceny. Každý zákazník má svůj vlastní nákupní košík, ke kterému nemá přístup nikdo jiný. Zákazník může s obsahem svého nákupního košíku libovolně manipulovat. Veškeré mazání a přidávání zboží probíhá zcela nezávazně, dokud se nepokračuje v objednávce.

2.2.5. Pokladna

Pokladna umožňuje objednat zákazníkovi obsah zboží z jeho nákupního košíku. Dobrým řešením je implementace objednávky v pokladně pomocí jednotlivých kroků. V prvním kroku, by mělo být umožněno zákazníkovi změnit doručovací adresu, pokud se liší od adresy zadané při registraci. Dále by zde mělo být umožněno vybrat si způsob platby a doručení, případně napsání poznámky k objednávce. V druhém kroku následuje předběžná objednávka, kde si zákazník překontroluje vybrané zboží a jeho cenu. Po potvrzení objednávky by automaticky mělo být posláno na registrovaný e-mail potvrzení o objednávce, případně o aktuálním stavu objednávky (objednávka se vyřizuje, vyexpedováno, atd..).

2.3. Možnosti řešení e-shopu

Založení internetového obchodu pro kategorii B2C a B2B je dnes velmi jednoduchá záležitost, která nemusí vyžadovat ani velké finanční náklady. Toto ovšem platí pouze v případě, kdy nejsou na dané řešení příliš velké požadavky.

Hlavní kritéria e-shopu pro prodejce - provozovatele.

- Pořizovací náklady.

- Provozní náklady.
- Časová náročnost na zprovoznění e-shopu.
- Technická podpora.
- Možnosti customizace.
- Propojení s ekonomickými systémy.
- Rozšíření e-shopu o další moduly a funkce.

Důležitým rozhodnutím v procesu budování internetového obchodu je správná volba technického řešení. Tuto volbu ovlivňuje řada faktorů. Zejména pak zdali se má jednat o hlavní nebo vedlejší distribuční kanál firmy. Volba řešení je ovlivněna i reálnými problémy, které spočívají ve finančním či časovém omezení. Nesprávné rozhodnutí může znamenat neúspěch internetového obchodu.

Možnosti technického řešení pro internetový obchod:

- Open source řešení,
- Krabicové řešení,
- Outsourcingové řešení,
- Aplikace na zakázku,
- Vlastní vývoj aplikace.

Každé z možných řešení má svoje kladné a záporné stránky. Rozdíly jsou také ve finanční náročnosti, v rychlosti reálného nasazení aplikace a možnosti aplikovat vlastní a neobvyklé požadavky.

2.3.1. Open source řešení

Open source je počítačový software s otevřeným zdrojovým kódem. Otevřenost zde znamená dostupnost zdrojového kódu a při dodržení jistých licenčních podmínek možnost uživatelům zdrojové kódy využívat, např. prohlížet,

upravovat a přizpůsobovat vlastním požadavkům. Open source projekty vznikají v rámci určité vývojové komunity nebo díky činnosti jednotlivců. [5]

Výhody Open source.

- Nízké pořizovací náklady, které jsou u mnoho řešení nulové.
- Nízké provozní náklady, které se skládají z pronájmu webového prostoru u společnosti, která zajišťuje webhosting.
- Rychlost spuštění internetového obchodu. Po instalaci a naplnění databáze údaji o produktech je internetový obchod připraven k použití.

Nevýhody Open source.

- Neexistuje přímá technická podpora.
- Problematická optimalizace produktu a s tím související nutnost znalosti programovacího jazyka, ve kterém je produkt napsán.
- Nejsou implementovány všechny potřebné funkce pro provoz e-shopu.
- Unifikovaný šablonovitý vzhled.
- Nemožnost propojení internetové obchodu s firemním účetním systémem.
- Bezpečnostní riziko z důvodu dostupnosti zdrojových kódů produktu.

Open source řešení je vhodné zejména pro menší podniky, které nedosahují velkých obrátů a chtějí využít internetový obchod jako vedlejší distribuční kanál s nízkými pořizovacími a provozními náklady.

Nejznámější existující Open source produkty jsou osCommerce, Zen Cart a Magento.

2.3.2. Krabicové řešení

Krabicové řešení je komerční software, který lze koupit. Krabicové řešení patří k levnějším řešením vytvoření internetové obchodu. Kromě ceny za samotný produkt se stejně jako u Open source řešení musí počítat s provozními náklady za webhosting u společnosti, která daný produkt prodává nebo za vlastní.

Výhody krabicového řešení.

- Existence přímé technické podpory.
- Pohodlné a rychlé.
- Dostatečné množství funkcí.
- Možnost propojení s ekonomickými systémy.

Nevýhody krabicového řešení.

- Nemožnost implementovat vlastní specifické funkce.
- Unifikovaný šablonovitý vzhled.
- Riziko ukončení podpory a vývoje ze strany společnosti, která aplikaci vyvíjí.

Krabicové řešení je stejně jako Open source vhodné zejména pro menší podniky, které chtějí mít internetový obchod pohodlně a rychle. Mezi krabicové řešení patří například KarsaV2.

2.3.3. Outsourcingové řešení

Outsourcing je pojem, který pochází z obchodní angličtiny a skládá se ze dvou slov out (vnější) a source (zdroj), což lze přeložit jako uskutečňování činností pomocí vnějších zdrojů. [6]

Rozdělení podle toho co je předmětem outsourcingu:

- outsourcing **rozvoje** informatiky, tj. implementace jednotlivých standardních aplikací a technologií, případně vývoj specializovaných aplikací přímo podle potřeb podniku; [1]
- outsourcing **provozu** informatiky, tj. provozování jednotlivých aplikací, případně celého systému na technice a software samotného dodavatel, případně zákazníka, avšak s tím, že se dodavatel stará i o údržbu a inovace této „zapůjčené“ techniky; [1]
- **totální** outsourcing pak znamená, že dodavatel zajišťuje provoz a rozvoj zákazníkovi kompletně. [1]

Outsourcingové řešení je komerční software, který jsi lze pronajmout. Na rozdíl od krabicového řešení jsou zde pouze náklady na provoz internetového obchodu. Obecně dnes poskytovatelé outsourcingových řešení umožňují zkušební provoz pro zájemce před jejich pronajmutím. Dnešní ceny pohybují od 1000 Kč za měsíc pronájmu. O webhosting a služby s tím spojené se stará poskytovatel aplikace.

Výhody outsourcingu.

- Zkušební provoz pře nasazením outsourcingového řešení.
- Nízké pořizovací náklady.
- Existence přímé technické podpory.
- Podnik se může soustředit na hlavní cíle, protože nemusí uvolňovat zaměstnance na vývoj vlastní aplikace.
- Možnost propojení s ekonomickými systémy.
- Dostatečné množství funkcí a jejich další doplňování ze strany poskytovatele řešení.

- Zařazení do katalogu internetových obchodů provozovaných na stejném řešení.

Nevýhody outsourcingu.

- Riziko ukončení podpory a vývoje ze strany společnosti, která aplikaci vyvíjí.
- Dlouhodobá závislost na jednom dodavateli, přechod k jinému dodavateli může být velmi složitý.
- Špatně nastavený smluvní vztah.
- Bezpečnostní rizika v oblasti provozu.

Outsourcingové řešení je vhodné zejména pro střední podniky, které mají již několik kamenných obchodů, a jejich klientelu tvoří koncoví zákazníci a menší podniky.

Nejznámější existující outsourcingové produkty jsou Zoner INSHOP, A-net shop.

2.3.4. Aplikace na zakázku

Vývoj aplikace na zakázku se využívá ve specifických případech, kdy jsou požadovány zvláštní požadavky. V první fázi vývoje je potřeba vypracovat analýzu potřeb podniku. Po schválení analyzovaných potřeb se přechází k samotnému vývoji. Jako poslední následuje testovací provoz. Pokud nenastanou u testovacího provozu potíže aplikace předána zákazníkovi.

Výhody zakázkového řešení.

- Vytvoření internetového obchodu, se všemi plánovanými vlastnostmi a funkcemi.
- Vytvoření originálního designu.

Nevýhody zakázkového řešení.

- Vysoká cena (desítky tisíc Kč).
- Dlouhý vývoj internetového obchodu (1 – 2 měsíce).
- Možnost špatné orientace ve zdrojovém kódu aplikace, pro zaměstnance podniku a z toho vyplívající nutnost spolupráce s firmou do budoucnosti.
- Nutnost kvalitního vysokorychlostní připojení k Internetu pro vlastní webhosting.

Vývoj aplikace na zakázku je vhodný zejména pro střední a velké podniky, které mají několik poboček a jeden centrální sklad.

2.3.5. Vlastní vývoj aplikace

Vlastní vývoj aplikace je to nejobtížnější z uvedených řešení. Zároveň ale nabízí možnosti, kterých u předcházejících možností nelze dosáhnout. Vlastní vývoj je možný pouze za předpokladu, kdy má podnik velký vývojový tým.

Výhody vlastního vývoje.

- Vytvoření internetového obchodu, se všemi plánovanými vlastnostmi a funkcemi.
- Vytvoření originálního designu.
- Propojení internetového obchodu do již existujících interních aplikací podniku.

Nevýhody vlastního vývoje.

- Dlouhý vývoj internetového obchodu.
- Vyčlenění vlastního vývojového týmu.
- Nutnost kvalitního vysokorychlostní připojení k Internetu pro vlastní webhosting.

Vlastní vývoj aplikace je vhodný zejména pro velkoobchodní společnosti s velkým počtem poboček a skladů.

3. Zoner INSHOP4

Zoner INSHOP4 je outsourcingové řešení společnosti Zoner software, s.r.o. pro tvorbu internetového obchodu. Společnost se zabývá vývojem a distribucí software, poskytováním internetových služeb souvisejících s prezentací na Internetu a vydáváním odborné počítačové literatury. Hlavní sídlo je v Brně a své pobočky má na Slovensku, Maďarsku, Japonsku a USA. Zoner INSHOP je na trhu již 9 let a během této doby v něm bylo vytvořeno téměř 1 000 internetových obchodů. Prodejní obrat internetových obchodů vytvořených na platformě INSHOP činil v roce 2006 přes 1 000 000 000 Kč. Na platformě INSHOP lze budovat internetové obchody pro koncové zákazníky (B2C¹), tak i pro obchodní partnery (B2B²). Cílová skupina pro Zoner INSHOP4 je menší a středně velký podnik, který je na trhu dlouho a má stálou klientelu. [14]

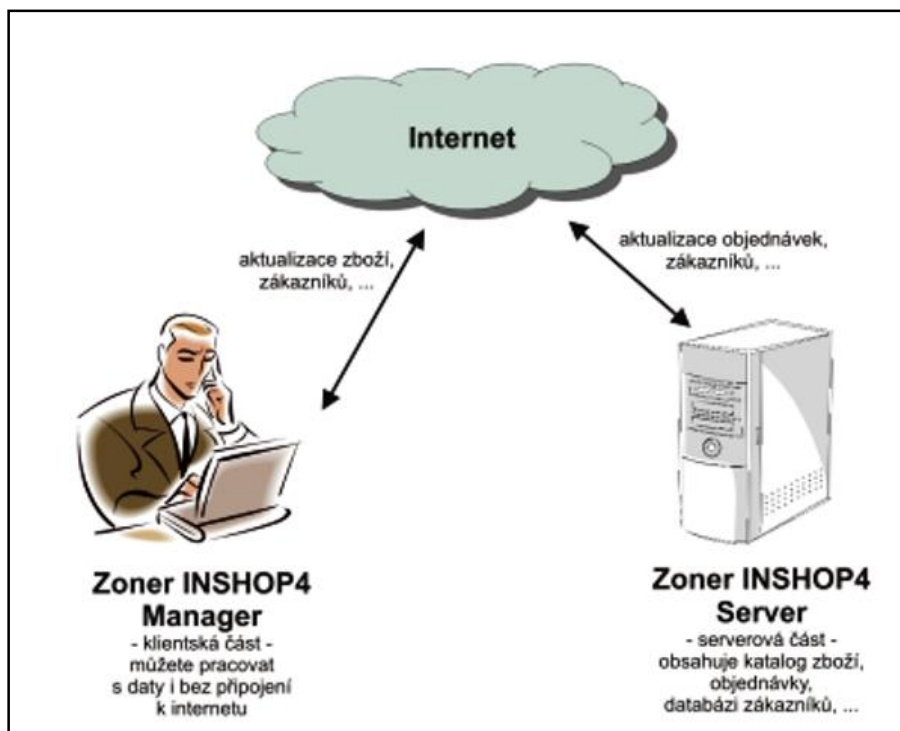
3.1. Jak funguje Zoner INSHOP4

Architektura systému Zoner INSHOP4 je rozdělena na dvě na sobě závislé části:

- klientská část – Zoner INSHOP4 Manager,
- serverová část – Zoner INSHOP4 Server.

¹ Business-to-customer (B2C) je označení pro obchodní vztahy mezi obchodními společnostmi a koncovými zákazníky, realizované webovými aplikacemi, virtuálními obchody na Internetu apod.

² Business-to-business (B2B, je označení pro obchodní vztahy mezi obchodními společnostmi, pro jejich potřeby, které neobsluhují konečné spotřebitele v masovém měřítku. Tyto vztahy jsou založeny na bázi informačních technologií, které jsou hlavní příčinou jejich vzniku a umožňují jejich vznik a trvání.



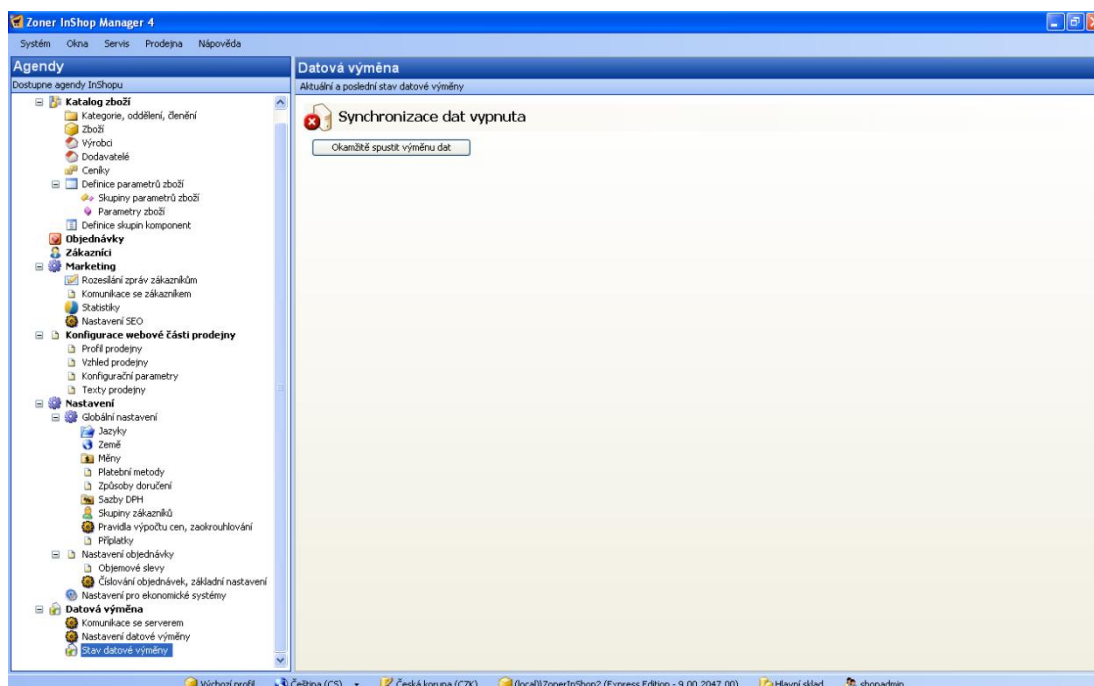
Obrázek č. 1: Jak to funguje. Zdroj:[14]

3.1.1. Klientská část aplikace

Klientská část je tvořena aplikací Zoner INSHOP4 Manager, kterou si prodejce nainstaluje na vlastní počítač, z níž následně ovládá svoji internetovou prodejnu. Prodejce zde konfiguruje jednotlivé vlastnosti své internetové prodejny. Samotná aplikace je přehledně rozdělena do jednotlivých sekcí, které jsou:

- katalog zboží,
- objednávky,
- zákazníci,
- marketing,
- konfigurace webové části prodejny,
- nastavení,
- datová výměna.

Ovládání jednotlivých sekcí je intuitivní pomocí záložek, prodejci tak stačí pro obsluhu pracovník se základními znalostmi práce s počítačem v prostředí Microsoft Windows. Během úprav internetové prodejny nemusí prodejce připojen k Internetu. Veškeré úpravy se ukládají do na lokální databázový server Microsoft SQL Server 2005 Express Edition, který je součástí instalace. Po připojení k Internetu se provedené změny dávkově odešlou na serverovou část internetového obchodu.



Obrázek č. 2: Zoner INSHOP4 Manager. Zdroj:[14]

3.1.2. Serverová část aplikace

Serverová část představuje vlastní internetovou prodejnu, která je provozována na serveru poskytovatele řešení. Serverová část může být provozována i na vlastním serveru a doméně.

Serverová část se skládá ze tří částí:

- databázové,
- dotazovací,
- a zobrazovací (tzv. šablony).

3.2. Použité technologie

Zoner INSHOP4 využívá nejnovější technologie společnosti Microsoft. Jako datový sklad je použit databázový systém Microsoft SQL Server 2005. Internetový obchod je vytvořen pomocí ASP.NET. Pro import a export dat z obchodu je použita technologie XML. Na úpravu grafického designu a grafických šablon internetového obchodu je použita technologie CSS ve spojení s XHTML.

3.2.1. Databázový systém Microsoft SQL Server 2005

Microsoft SQL Server 2005 je relační databázový systém společnosti Microsoft, který zahrnuje více nástrojů než jen pouhý databázový server. Integruje všechny potřebné serverové nástroje pro kompaktní projektování datového skladu. Jedná se o nástroje pro převod dat DTS (Data Transformation Services), jejich strukturované uložení, nástroje pro multidimenzionální popis a také jejich prezentaci (Reporting Services). Dále zahrnuje administrátorské i vývojářské nástroje a velké množství pomocných komponent. Databázový server používá relační dotazovací jazyk SQL podle normy SQL92. Nad tímto jazykem je postavena procedurální nadstavba T-SQL (Transact-SQL). Další novinkou je nativní podpora pro XML. Microsoft SQL Server byl také integrován s .NET Frameworkem. Microsoft SQL Server 2005 je nabízen ve čtyřech různých verzích (SQL Server 2005 Express Edition, SQL Server 2005 Workgroup Edition, SQL Server 2005 Standard Edition, SQL Server 2005 Enterprise Edition). [7]

3.2.2. Technologie ASP.NET

ASP.NET je nadstavba .NET Frameworku firmy Microsoft pro tvorbu webových aplikací a služeb. Je nástupcem technologie ASP (Active Server Pages) a konkurentem technologie JSP (Java Server Pages) a PHP (Hypertext Preprocessor). Prostředí ASP.NET je podobně jako Java založeno na technologii virtuálního stroje (virtual machine). U ASP.NET se jedná o CLR (Common Language Runtime), který je sdílen všemi aplikacemi postavenými na .NET Frameworku. Aplikace založené na ASP.NET jsou také rychlejší, neboť jsou předkompilovány do jednoho či několika málo DLL souborů, na rozdíl od ryze skrip-

tovacích jazyků, kde jsou stránky při každém přístupu znovu a znovu parsovány.
[8]

3.2.3. Značkovací jazyk XML

XML (eXtensible Markup Language) je obecný značkovací jazyk, který byl vyvinut a standardizován konsorciem W3C. Umožňuje snadné vytváření konkrétních značkovacích jazyků pro různé účely a široké spektrum typů dat. Byl navržen pro uchovávání dat a metadat. Jeho účelem je strukturovat, ukládat a předávat informace. Je zdarma použitelný a rozšiřitelný. XML nedefinuje přímo jednotlivé tagy (značky), ale pouze předepisuje, jak mají tagy vypadat a jakou mají mít strukturu. Záleží tedy na uživateli, jaké tagy si vytvoří a jak je bude strukturovat. Uživatelem definované značky je možné definovat v DTD (Document Type Definition), pomocí kterého lze poté pomocí parseru kontrolovat, zda daný dokument odpovídá definici. Další možností definice je použít XML schéma, které je obecně silnějším nástrojem pro definování XML dokumentu než DTD.

V současné době se XML stává hlavním formátem pro výměnu informací. Jeho hlavní výhody jsou jeho platformní nezávislost, jednoduchost a otevřenost. XML je textový formát, lze proto editovat libovolným textovým editorem. Snadná je také konverze do jiných formátů, ta se často využívá při zobrazování XML dokumentu. XML totiž nemá prostředky pro definici vzhledu, který je nutné popsat některým stylovým jazykem, např. kaskádovými styly (CSS), nebo XSL jazykem. Nejrozšířenější aplikace jsou např. XHTML, RDF, RSS, DocBook, SOAP apod. [9]

Ukázka vyexportovaného produktu v XML

```
<DATA Mode="all">
  <A2d89a05fafbe4343ac2f27e93ece749f Unique-
ID="a51306b6e3124c579150af75174b4fd5" VersionID="" Deleted="">
<NAME>Asus EAH3870X2/HTDI/1G, PCI-E</NAME>
  <AMOUNTINSTORE>10</AMOUNTINSTORE>
  <NEW>True</NEW>
  <CATALOGUENUMBER>0001G</CATALOGUENUMBER>
  <GUARANTEE>24</GUARANTEE>
  <DELIVERYTIME>2</DELIVERYTIME>
```

```
<MANUFACTURER Unique-  
ID="b41232c912014fdca7ed2d078c42fc24" VersionID="" Deleted="" />  
  <PRICES>  
    <PRICE>  
      <VALUE>6400</VALUE>  
      <CURRENCY UniqueID="CZK" VersionID="" Deleted="" />  
    </PRICE>  
  </PRICES>  
</A2d89a05fafbe4343ac2f27e93ece749f>  
</DATA>
```

3.2.4. Technologie CSS

CSS (Cascading Style Sheets) je jazyk pro definici zobrazení dokumentu napsaného ve značkovacím jazyce. Byl vytvořen konsorciem W3C, hlavní cílem bylo oddělit prezentační část dokumentu od obsahu, což usnadňuje úpravu jak obsahu, tak vzhledu dokumentu. CSS také umožňuje definovat různé vzhledy jednoho dokumentu pro různá výstupní zařízení (tiskárna, PDA). Nejčastěji se používá pro definici stylů HTML a XHTML, může se však použít i pro nastavení zobrazení různých XML dokumentů. Jeho nevýhodou je špatná podpora ze strany internetových prohlížečů. Ty interpretují CSS různě, proto je obtížné vytvořit takový vzhled, který bude ve všech prohlížečích stejný. CSS se dělí do jednotlivých generací. Následující generace vždy rozšiřuje tu předchozí o další funkce. Zatím jsou dostupné verze CSS1, CSS2, CSS2.1. Přípravuje se třetí generace CSS (CSS3). [10]

3.2.5. Značkovací jazyk XHTML

XHTML (Extensible Hypertext Markup Language) je moderní značkovací jazyk, vyvinutý W3C. Původně se předpokládalo, že se XHTML stane nástupcem značkovacího jazyka HTML. V roce 2007 se však rozhodlo o vývoji nové verze jazyka HTML, která ponese označení HTML 5 a její XML variantu XHTML 5. [11]

Rozdíly mezi XHTML a HTML.

- V XHTML musí být na rozdíl od HTML všechny tagy ukončené a to včetně nepárových.

- XHTML je case sensitive a proto musí být všechny tagy a jejich atributy zapsány malými písmeny.
- Hodnoty atributů musí být uzavřeny do uvozovek.
- Dokument začíná XML deklarací, ve které je uvedena verze XML a kódování dokumentu. Pokud je použito kódování UTF-8 nemusí se deklarace XML použít.

3.3. Funkce Zoner INSHOP4 Manageru

INSHOP4 obsahuje velké množství funkcí pro tvorbu a provoz internetové obchodu. Mezi standardní funkce patří:

- statistiky, mailing,
- propojení s ekonomickými systémy,
- optimalizace pro vyhledávače,
- podpora více měn a jazyků,
- platby kartou, eBanka, splátkové prodeje,
- různé způsoby dodání,
- nastavení individuálních a dealerských cenových skupin.

Funkce jsou přehledně rozděleny do sekcí v Zoner INSHOP4 Manageru. Jednotlivé sekce aplikace budou popsány v následujících kapitolách.

3.3.1. Katalog zboží

Sekce katalog zboží slouží pro správu katalogu internetového obchodu. V sekci se spravují oddělení a kategorie, položky katalogu, výrobci, dodavatelé, ceníky a skupiny komponent.

INSHOP4 nabízí vytvoření neomezeného množství kategorií a produktů. Každému produktu je možné přiřadit několik parametrů, popisů a obrázků. Je

zde možnost vytvoření seznamu výrobců, kteří jsou přiřazeny k produktům a zákazník má pak možnost filtrovat výrobky podle upřednostňovaného výrobce.

3.3.2. Objednávky

Sekce objednávky slouží ke zpracování objednávek, které byly uskutečněny zákazníky prodejny. Všechny objednávky se ukládají na serverové části a proto je nutné objednávky nejdříve stáhnout pomocí sekce Synchronizace dat. Spolu s každou objednávkou se stáhnou i údaje o zákazníkovi. S objednávkami se pracuje stejně, jako s jinými záznamy lze je tedy upravovat, odstraňovat, exportovat a filtrovat. Jednotlivým objednávkám je možné nastavit aktuální stav, ve kterém se nachází a v jakém stavu je platba za zboží.

3.3.3. Zákazníci

Sekce zákazníci slouží pro evidenci registrovaných zákazníků. Zákazníky je možné řadit do skupin a přidělovat jednotlivým skupinám slevy na výrobky. Slevy lze přidělovat i jednotlivým zákazníkům. Seznam zákazníků je možné exportovat nebo importovat. Stejně jako u objednávek se i zákazníci ukládají nejdříve na serverovou část a proto je nutná synchronizace dat.

3.3.4. Marketing

Sekce marketingu obsahuje funkce pro komunikaci se zákazníky. Probíhá emailová komunikace s registrovanými zákazníky, které můžeme informovat o různých akcích a novinkách v obchodě. Dále je umožněno nastavit marketingové nástroje obchodu, které jsou:

- Poslat dotaz na výrobek.
- Našli jste lepší cenu?
- Doporučit. Výrobek.

Pomocí přítomné záložky *Statistiky* je možné přehledně sledovat návštěvnost internetového obchodu a jeho tržby. Statistiky je možné zobrazit pro celý obchod nebo jenom pro určité kategorie.

Další přítomnou možností je nastavení SEO technik. Jednou z těchto technik jsou tzv. přátelské odkazy, které slouží:

- ke zpřehlednění odkazů pro návštěvníky,
- zvýšení hodnocení stránek vyhledávacími servery,
- zlepšení umístění obchodu na vyhledávacích serverech při vyhledávání slov, která se nacházejí v názvu kategorie výrobku.

Příklad přátelského odkazu:

```
/inshop/scripts/set.asp?level=123  
/inshop/nazev_kategorie/nazev_vyroбку
```

3.3.5. Konfigurace webové části prodejny

Velmi důležitým prvkem u e-shopu je jeho grafický design. INSHOP4 nabízí prodejci přizpůsobit si vzhled prodejny tak aby vyhovoval jeho představám. Pro úpravu a vytvoření designu nabízí INSHOP4 dvě možnosti. První možností je úprava vzhledu pomocí Zoner INSHOP4 Manageru. Druhou možností je vytvořit si vlastní šablonu nebo si ji nechat vytvořit na zakázku od externí firmy.

V této sekci prodejce jednoduše upravuje grafický vzhled svého internetového obchodu.

Vzhled prodejny

Slouží pro výběr grafického rozložení stránky internetového obchodu a jeho barevného schématu. Standardní šablona nabízí 4 barevná schémata a 6 způsobů rozvržení stránky.



Obrázek č. 3: Možnosti rozvržení stránky e-shopu. Zdroj: Vlastní



Obrázek č. 4: Standardní šablona. Zdroj: Vlastní

Konfigurační parametry

V této části je možné upravovat vzhled obchodu velmi efektivním způsobem bez nutnosti přímo upravovat zdrojový kód šablony. Na základě vybraného grafického rozvržení je umožněno konfigurovat jednotlivé sloupce.

Nastavení je rozčleněno do celků:

- obecné nastavení layoutu,
- košík pokladna,
- detail výrobku, katalog a ceník,
- registrace, přihlášení,
- emailová komunikace,
- diskuse, ankety a hlasování,

- objednávky,
- rozšířené vyhledávání,
- titulní stránka.

Texty prodejny

Během nakupování v obchodě se zobrazují různé texty, které provázejí zákazníky. Jejich znění je nutné změnit tak, aby co nejlépe korespondovaly se zaměřením a cílovou skupinou zákazníků obchodu. Záložka *Texty* umožňuje změnu těchto textů přímo bez nutnosti úpravy zdrojového kódu. Při psaní těchto textů je možné využít jednoduchý Wisywyg editor.

3.3.6. Nastavení

Tato sekce slouží pro přehledné nastavení konfigurace prodejny. V *Globálním nastavení* má prodejce možnost nastavit lokalizace obchodu. Na lokalizaci obchodu lze navázat měny daného státu a jeho typické dopravní a platební metody. Prodej tedy není omezen pouze na ČR.

Počet dopravních metod není limitován a lze je neomezeně přidávat. IN-SHOP nabízí velké množství platebních možností, jako jsou např. dobírka, hotovost, T-mobile m-platba, Home Credit, eBanka, 3D Secure České Spořitelny, atd.... Dále bych zmínil možnost propojení aplikace s ekonomickými systémy Money S3 a POHODA.

3.3.7. Datová výměna

Sekce *Datová výměna* slouží pro přenos dat mezi klientskou a serverovou částí aplikace. Sekce je rozdělena na další 3 záložky.

Komunikace se serverem

V záložce *Komunikace se serverem* se nastavují přístupové údaje k serverové části aplikace. Údaje jsou zaslány na e-mail při zřízení internetového obchodu.

Komunikace se serverem

Adresa FTP serveru

Přihlašovací jméno

Heslo

WWW adresa

Přihlašovací jméno k serveru

Heslo

Ověřit spojení se serverem

Obrázek č. 5: Komunikace se serverem. Zdroj: Vlastní

Nastavení datové výměny

Záložka umožňuje nastavení automatické synchronizace klientské a serverové části aplikace. Uživatel nastavuje interval v jakém je synchronizace spouštěna a její rozsah. Synchronizovat lze sekce Katalog, Zákazníci, Objednávky a Nastavení vzhledu a to buď všechny současně, nebo jen například Objednávky.

Stav datové výměny

V záložce je možné zobrazit a uložit přenosový protokol poslední datové výměny. V případě, že datová výměna proběhla neúspěšně lze přenosový protokol odeslat přímo na zákaznickou podporu. Zde bych se rád zmínil, že jsem této možnosti využil, ale přenosový protokol na zákaznickou podporu nedošel a tak jsem musel přenosový protokol uložit a poslat ho pomocí e-mailu.

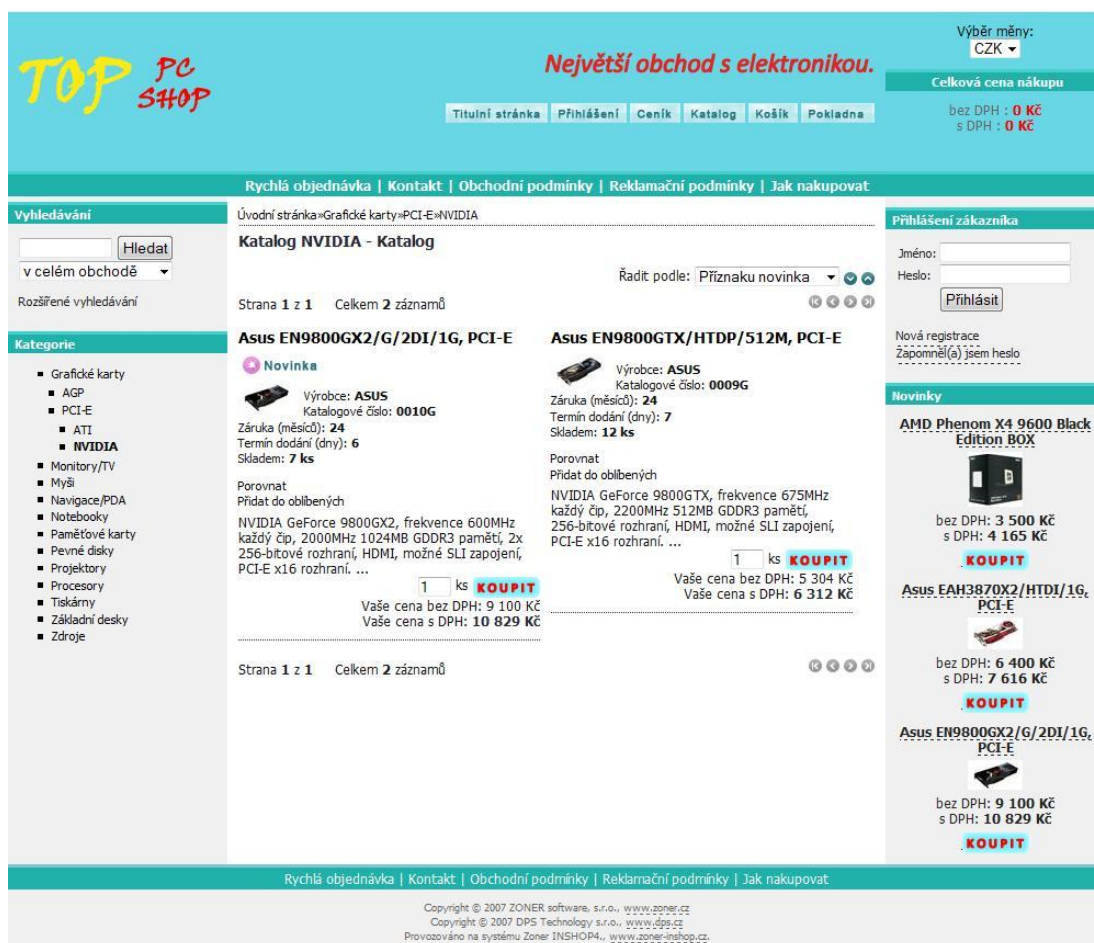
3.4. Vlastní práce s produktem

Při tvorbě této práce mi bylo umožněno bezplatně používat Zoner INSHOP4. Toho jsem využil pro vytvoření vlastního plně funkčního internetového obchodu viz. Obrázek č. 6.

Po nutné registraci na webových stránkách Zoner INSHOP4³ a výběru varianty provozu. Je umožněno stáhnout aplikaci Zoner INSHOP4 Manager. In-

³ <http://www.zoner-inshop.cz/>

instalace je velmi snadná. Po spuštění instalačního programu se provede standardní instalace do zvoleného adresáře. Během celé instalace je přítomen průvodce, který popisuje jednotlivé kroky. Po instalaci je možné ihned tvořit internetový obchod.



Obrázek č. 6: Vlastní e-shop v Zoner INSHOP4. Zdroj: Vlastní

4. Vybraná řešení pro e-shop

V této kapitole budou představeny mnou vybraní zástupci možných řešení pro tvorbu a provoz internetového obchodu. S vybranými řešeními jsem při tvorbě této práce v rámci možností pracoval.

4.1. Open source

V této kapitole budou blíže představeny dva zástupci z oblasti open source řešení pro tvorbu a provoz internetového obchodu. Další zástupce z oblasti open source lze vyhledat v nejrozsáhlejší databázi open source projektů na <http://www.sourceforge.net/>.

4.1.1. osCommerce

osCommerce (open source Commerce) je jedno ze současných open source řešení pro tvorbu a provoz internetového obchodu. osCommerce vznikl v roce 2000 v Německu. Za osCommerce stojí velká vývojová komunita, díky této komunitě je osCommerce neustále vyvíjen a vylepšován. Aktuální počet internetových obchodů provozovaných pomocí osCommerce je podle zdroje z domovské stránky osCommerce 14 026. osCommerce je šířen pod GNU GPL⁴ licencí a je k dispozici zdarma ke stažení na webových stránkách projektu <http://www.oscommerce.com/>.

osCommerce je navržen objektově orientovaným způsobem pomocí programovacího jazyku PHP. Pro uložení dat internetového obchodu je použit databázový systém MySQL Server. Jako webový server by měl být použit Apache server.

osCommerce nabízí obvyklé funkce, které jsou očekávány pro provoz internetového obchodu. Aplikace nabízí funkce pro administraci, zálohování, zákaznický orientovaný přístup, funkce pro platby, zasílání a daňovou správu. Administrace probíhá přes webové rozhraní, tudíž není možné pracovat v offline režimu. Přestože není nativně podporována změna vzhledu lze vzhled e-shopu změnit. Lze využít komerční šablony nebo šablony vyrobené na zakázku. V základní instalaci není podporován český jazyk, ale pomocí volně dostupných modulů lze osCommerce počeštit.

Základní vlastnosti osCommerce.

- Kompatibilita se všemi předními webovými prohlížeči.
- Základní podporované jazyky – Angličtina, Němčina, Španělština.
- Automatická webová instalace.
- Neomezený počet produktů a kategorií.
- Podpora dynamických obrázků.

⁴ GNU General Public License, GNU GPL (česky „všeobecná veřejná licence GNU“) je licence pro svobodný software, která spolu s licencí GFDL tvoří základ celého projektu GNU.

- Administrace přes webové rozhraní.
- Zálohování a obnovení databáze.
- Zabezpečení transakcí pomocí SSL.
- Automatické nastavení pro e-commerce platební systémy (PayPal.com, iPayment.de, atd.).
- Dočasný a stálý nákupní košík.

osCommerce je dostatečně vyspělé řešení pro provoz internetového obchodu u začínajících prodejců. Aktuální verze je osCommerce 2.2. [12]

4.1.2. Vlastní práce s osCommerce

Jelikož je osCommerce dostupný zdarma měl jsem možnost ho plně vyzkoušet. Pro instalaci je nutné mít nainstalovaný webový server Apache s podporou PHP a databázový server MySQL. Pro nezkušené uživatele bych doporučil instalační balíček (např. EasyPHP, XAMPP), který obsahuje zmíněné aplikace.

Po instalaci zmíněných aplikací je třeba osCommerce stáhnout a to nejlépe z oficiálního webu projektu (<http://www.oscommerce.com>). Po rozbalení archivu se nakopíruje obsah adresáře *catalog* do uživatelského adresáře webového serveru. Před instalací je nutné změnit práva zápisu souborům */admin/includes/configure.php* a */includes/configure.php*. Instalace se spustí otevřením URL např. <http://localhost/> v internetovém prohlížeči.

Při instalaci je u každé možnosti malá nápověda, která pomáhá při rozhodování. Po úspěšné instalaci je nutné z adresáře s osCommerce odstranit složku *install* a zakázat práva zápisu do souboru */includes/configure.php*. Důležitou součástí je implementace českého jazyka. Česká lokalizace je dostupná na webových stránkách projektu. Po rozbalení archivu se soubory nakopírují do příslušných adresářů a v administrační části v kategorii *Localization/Languages* se vyplní údaje o nové lokalizaci. Nyní lze už obchod upravovat přes webové administrační rozhraní.

osCommerce Online Merchant v2.2 RC2

Administration | Online Catalog | Support Site Logged in as: Lukas (Logout)

Configuration

- Administrators
- My Store
- Minimum Values
- Maximum Values
- Images
- Customer Details
- Shipping/Packaging
- Product Listing
- Stock
- Logging
- Cache
- E-Mail Options
- Download
- GZip Compression
- Sessions

Catalog

Modules

Customers

Locations / Taxes

Localization

Reports

Tools

My Store

Title	Value	Action	Store Name
Store Name	Top PC shop		<input type="button" value="edit"/>
Store Owner	Lukas Cerny		
E-Mail Address	L4cky.Lukas@seznam.cz		The name of my store
E-Mail From	"Lukas Cerny" <L4cky.Lukas@seznam.cz>		Date Added: 08/02/2008
Country	United States		
Zone	Florida		
Expected Sort Order	desc		
Expected Sort Field	date_expected		
Switch To Default Language Currency	false		
Send Extra Order Emails To			
Use Search-Engine Safe URLs (still in development)	false		
Display Cart After Adding Product	true		
Allow Guest To Tell A Friend	false		
Default Search Operator	and		
Store Address and Phone	Store Name Address Country Phone		
Show Category Counts	true		
Tax Decimal Places	0		
Display Prices with Tax	false		

osCommerce Online Merchant Copyright © 2008 osCommerce
osCommerce provides no warranty and is redistributable under the GNU General Public License

Powered by osCommerce

Obrázek č. 7: Administrace osCommerce. Zdroj: Vlastní

osCommerce Online Merchant v2.2 RC2

Home » Katalog Můj účet | Obsah košíku | Pokladna

Kategorie

- Hardware-> (6)
- Software-> (4)
- DVD Movies-> (17)

Výrobci/značky

--- vyberte ---

Novinky

Disciples: Sacred Lands
\$90.00

Rychlé hledání

Použijte klíčová slova pro nalezení zboží které hledáte.
Rozšířené hledání

Informace

- Dodávky
- Soukromí
- Pravidla
- Kontakt

Co je zde nového?

Vítejte! Chcete se [přihlásit](#), nebo [zaregistrovat nový účet](#)?

Nové zboží za August

 Hewlett Packard LaserJet 1100Xi \$499.99	 Microsoft IntelliMouse Explorer \$64.95	 Microsoft Internet Keyboard PS/2 \$69.99
 Disciples: Sacred Lands \$90.00	 The Wheel Of Time \$99.99	 Unreal Tournament \$89.99
 SWAT 3: Close Quarters Battle \$79.99	 Beloved \$54.99	 There's Something About Mary \$49.99

Košík

0 položek

Akce/slevy

Microsoft IntelliMouse Pro
~~\$49.99~~
 \$39.99

Recenze/komentáře

V současné době zde nejsou žádné komentáře.

Jazyky

Měny

US Dollar

Obrázek č. 8: E-shop v osCommerce. Zdroj: Vlastní

4.1.3. Zen Cart

Zen Cart je další open source řešení pro tvorbu a provoz internetového obchodu. První verze Zen Cart byla vyvinuta v červnu roku 2003 a byla založena na zdrojovém kódu výše popsaného osCommerce. Zen Cart vyvíjí pouze čtyřčlenný tým programátorů z Anglie, USA a Kanady. Díky tomuto týmu programátorů a komunitě nezávislých programátorů je Zen Cart neustále vyvíjen a vylepšován. Zen Cart je také šířen pod GNU GPL licencí a je k dispozici zdarma ke stažení na webových stránkách projektu <http://www.zen-cart.com/>.

Zen Cart je stejně jako osCommerce naprogramován pomocí jazyku PHP. Jako databázový server je použit MySQL Server. Jako webový server je požadován Apache Server.

Zen Cart obsahuje základní funkce internetového obchodu. Umožňuje vyhledávání produktů, prohlížení podle kategorií, nákupní košík, jeho zpětnou kontrolu a automatické generované e-maily po uskutečnění objednávky. Na webových stránkách projektu je také možné získat pře 750 přídavných modulů pro rozšíření internetového obchodu dle potřeb prodejce. Zde je možné získat cenové nástroje, marketingové nástroje, lepší administrativní moduly pro správu, jazykové balíčky a podobně. Výhodou modulárního řešení je, že systém není přetížen zbytečným množstvím funkcí, které prodejce ani nepotřebuje. Pomocí modulů mohou nezávislí programátoři přispívat ke zlepšení a rozšíření Zen Cartu.

Admin Tools (81)	Buttons and Graphics (50)	Language Packs (39)
Marketing Tools (35)	Other Modules (141)	Payment Modules (127)
Pricing Tools (11)	Privacy and Condition Statements (3)	Product Types (4)
Shipping Modules (43)	Sideboxes (80)	Template Alterations (38)
Template Packages (71)	Troubleshooting Tools (6)	Zones (24)

Obrázek č. 9: Kategorie rozšiřujících modulů. Zdroj: Vlastní

Základní vlastnosti Zen Cart.

- Podpora pro více jazyků.

- Neomezený počet kategorií.
- Vytvoření různých rolí pro zákazníky.
- Možnost z výběru vzhledu.
- Podpora rozdílných cen a slev.
- Slevové kupóny.
- Velký výběr z platebních a dopravních systémů.
- Možnost grafických šablon pomocí XHMTL 1.0

Zen Cart je relativně levné řešení pro tvorbu a provoz internetového obchodu. Instalace je velice snadná a nepožaduje po prodejci velké znalosti informačních technologií. Při úpravách e-shopu je ale potřeba mít dobré znalosti CSS, HTML a PHP. Aktuální verze je Zen Cart v1.3.8. [13]

4.1.4. Vlastní práce se Zen Cartem

Stejně jako osCommerce je i Zen Cart dostupný zdarma a proto bylo možné aplikaci plně vyzkoušet. Pro instalaci je nutné mít nainstalovaný webový server Apache s podporou PHP a databázový server MySQL. Pro nezkušené uživatele bych doporučil instalační balíček (např. EasyPHP, XAMPP), který obsahuje zmíněné aplikace.

Po instalaci zmíněných aplikací je třeba Zen Cart stáhnout a to nejlépe z oficiálního webu projektu (<http://www.zen-cart.com>). Po rozbalení archivu se nakopíruje obsah adresáře do uživatelského adresáře webového serveru. Před instalací je nutné změnit práva zápisu souborům */admin/includes/configure.php* a */includes/configure.php*. Instalace se spustí otevřením URL např. <http://localhost/> v internetovém prohlížeči.

Při instalaci je u každé možnosti malá nápověda, která pomáhá při rozhodování. Po úspěšné instalaci je nutné z adresáře se Zen Cartem odstranit složku *zc_install* a zakázat práva zápisu do souboru */includes/configure.php*. Důležitou součástí je implementace českého jazyka. Česká lokalizace je dostupná na webo-

vých stránkách projektu. Po rozbalení archivu se soubory nakopírují do příslušných adresářů a v administrační části v kategorii *Localization/Languages* se vyplní údaje o nové lokalizaci. Nyní lze už obchod upravovat přes webové administrační rozhraní.



Obrázek č. 10: E-shop Zen Cart. Zdroj: Vlastní

Powered by **zen cart** the art of e-commerce

Vaše verze Zen Cart™ je aktuální.

Definice jazyka: **Czech** Wed, 13 Aug 2008 11:51:13 +0200GMT [127.0.0.1] Administrace | Online obchod | Domovská stránka Zen-Cart | Verze | Odhlásit

Konfigurace | Katalog/zboží | Moduly | Zákazníci | Nastavení daní | Lokalizace | Přehledy | Nástroje | Dárkové/slevové kupóny | Ostatní

Statistiky		Noví zákazníci:	Nové objednávky:
Aktivace počítačů:	13.08.2008	Bill Smith	21.01.2004
Počítadlo přístupů:	2	Počítadlo historie za posledních 1 záznamovaných dní Session - Celkem	
Zákazníci:	1	13.08.2008	1 - 2
Zboží:	125		
Neaktivní zboží:	0		
Hodnocení:	1		
Přehled neschválených hodnocení:	0		
Odběratelé aktualit:	0		
Objednávky			
Pending:	0		
Processing:	0		
Delivered:	0		
Update:	0		

zen cart
the art of e-commerce

E-Commerce Engine Copyright © 2003-2008 Zen Cart™

Zen Cart is derived from: Copyright © 2003 osCommerce
This program is distributed in the hope that it will be useful, but WITHOUT ANY WARRANTY;
without even the implied warranty of MERCHANTABILITY or FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE
and is redistributable under the GNU General Public License

Obrázek č. 11: Administrace Zen Cart. Zdroj: Vlastní

4.2. Outsourcing

V této kapitole budou blíže představeny dva zástupci z oblasti outsourcingového řešení pro tvorbu a provoz internetového obchodu.

4.2.1. A-net shop

A-net shop je produkt obchodní společnosti a-net.cz, s.r.o. Společnost se od roku 2002 specializuje na vývoj softwarových řešení pro Internet, jakými jsou webové prezentace, elektronické obchody, databázové systémy, online aukční systémy a online rezervační systémy pro cestovní ruch. A-net shop je k dispozici v pěti různých variantách, jež se liší funkcionalitou a cenou. Na stránkách <http://www.a-net.cz> lze nezávazně a zdarma vyzkoušet demonstrační verzi systému.

A-net shop je naprogramován objektově orientovaným způsobem v jazyku PHP5. Jako databázový systém je použit MySQL Server 5.

V Anet-shopu je možné vytvářet neomezené množství kategorií a podkategorií, do kterých je nabízené zboží zařazeno. Dále jsou přítomny automatizované exporthy produktů do katalogů zboží (seznam, centrum, atd..). Velmi důležitý je vzhled dané aplikace, A-net shop využívá tři typy grafického rozvržení stránky. Dále je zde možnost vytvoření zcela nového designu, což v důsledku ale zvyšuje výslednou cenu na pořízení internetového obchodu. Internetový obchod na této platformě je schopen akceptovat platby kreditními kartami nebo také napojení na splátkový systém Homecredit.

Základní vlastnosti A-net shop.

- Nástroje pro SEO.
- Podpora elektronických plateb.
- Podpora více jazykových mutací a měn.
- Napojení na firemní ERP systém.
- Technická podpora zdarma.
- Marketingové nástroje – ankety, reklamní bannery a novinky.

Internetový obchod pomocí aplikace A-net shop je možné založit během několika dnů. [15]

U A-net shopu jsem měl možnost vyzkoušet si práci pouze s administračním rozhraním, které je přístupné na webových stránkách aplikace viz. Obrázek č. 12.

CMS a-net.cz
modulární content management system

uživatel: **test** | Jazyk: Česky | Najít: v fakturách Hledat

- **Objednávky**
 - Objednávky
 - Faktury
 - Zákazníci
- **Produkty**
 - Produkty
 - Produktové parametry
 - Diskuzní fóra
- **Dodavatelé**
 - Dodavatelé
 - Výrobci
- **Kategorie & domény**
 - Kategorie
 - Rejstřík pojmů
 - Domény
 - Doménové menu
- **Způsoby platby a dopravy**
 - Způsoby platby
 - Způsoby dopravy
 - Zprostředkovatelé plateb
- **Obsah**
 - Textové stránky
 - Ankety
 - Novinky
- **Marketing**
 - Reklamní bannery
 - Bonus program
 - Newslettery
 - Partneři
- **Nastavení & seznamy**
 - Nastavení
 - Měny a kurzy
 - Pravidelné exporty
 - Správa uživatelů
 - Správa přístupových práv
 - Přístupová práva k modulům
 - Typy cen

Statistické údaje o webovém obchodě

Objednávky

Nevyřízené objednávky	81	Zobrazit...
Vyřizovaných objednávek	7	
Objednávky čekající na zboží	0	
Vyexpedovaných objednávek	0	
Čekajících na zaplacení	91	
Stornovaných objednávek	0	

Zákazníci

Registrovaných zákazníků	38	Zobrazit...
Odebíratelů noviněk	27	Zobrazit...

Produkty

Dotazů k produktům	0	Zobrazit...
Produktů	1252/1309	Zobrazit...
Kategorií	8	Zobrazit...
Produktových parametrů	0	Zobrazit...
Produktových skupin	2640	

Atraktivních výrobků 3/9
Výrobků v akci 2/8
Preferovaných výrobků 5/20
Výrobků ve výprodeji 0/5
Doporučených výrobků 2/11

Ostatní

Dodavatelů	88	Zobrazit...
Výrobců	20	Zobrazit...
Způsobů dopravy	6	Zobrazit...
Způsobů platby	9	Zobrazit...
Novinek	0	Zobrazit...

Obrázek č. 12: Administrace A-net shopu. Zdroj:[15]

4.2.2. Vltava2000

Vltava2000 je provozována společností ACTIVE 24, s.r.o., která od roku 1997 působila na českém trhu pod názvem GLOBE INTERNET. V roce 2004 byla společnost po vstupu ACTIVE 24 přejmenována na ACTIVE 24, s.r.o. Vltava2000 je elektronické obchodní centrum, kde se prodejce zaregistruje a během krátké doby může začít obchodovat. Provozovatelé Vltava2000 píší, že prodávat je možné během 15 minut, což se mi zdá jako značně zkreslující informace. V současné době je na Vltava2000 registrováno přes 450 obchodů a 430 000 zá-

45

kazníků. Internetový obchod na Vltava2000 ve dvou tarifních programech Standard a Profi.

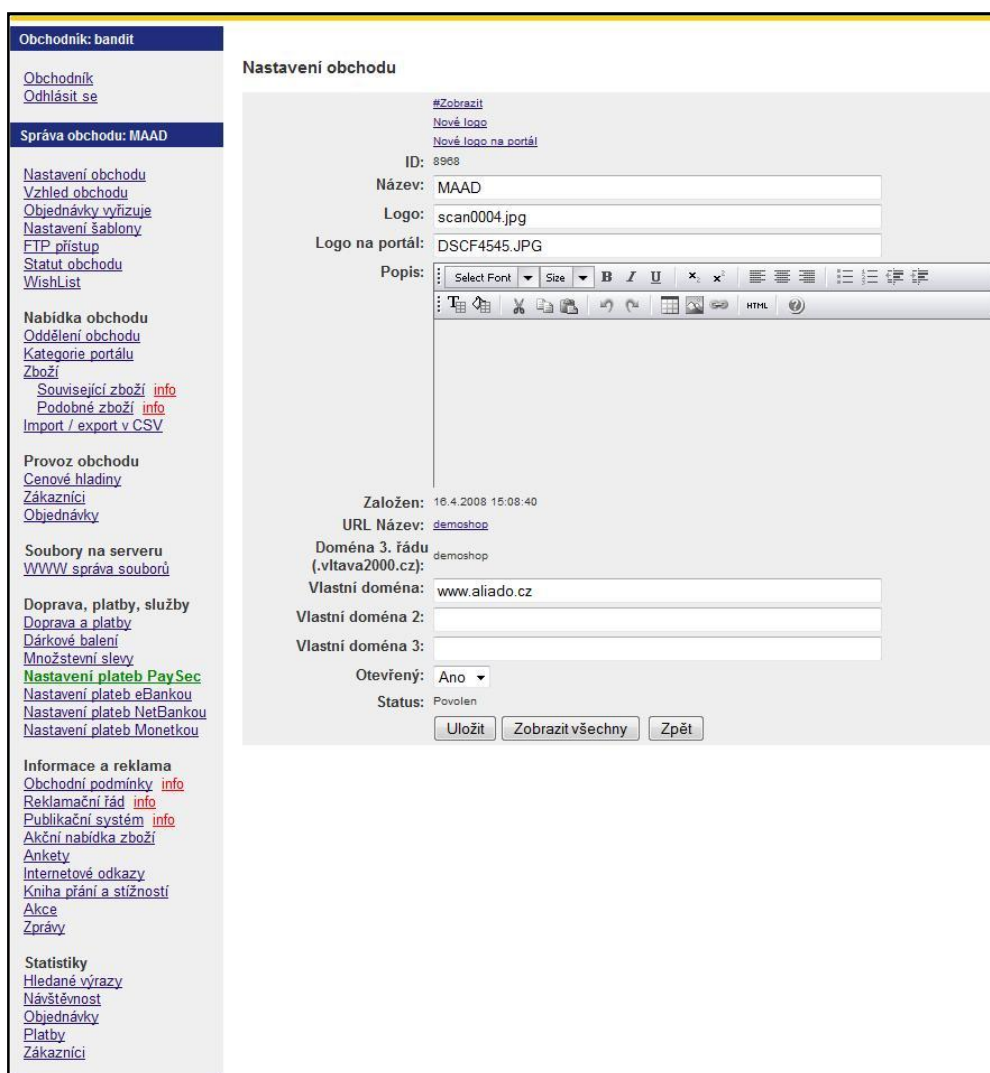
K provozu obchodu není potřeba žádná aplikace, stačí pouze webový prohlížeč. Prodejci je přidělena doména třetího řádu, pokud má prodejce zájem může provozovat e-shop na doméně druhého řádu nebo vlastní doméně. U jediné Vltava2000 se mi nepodařilo zjistit jaké využívané technologie.

Obchodní centrum vše co potřebuje začínající prodejce. Obchodník může definovat cenové hladiny pro jednotlivé druhy zákazníků. Je zde přítomna kniha přání a stížností kam zákazník zapisuje své názory na daný obchod. U jednotlivých položek je přítomna diskuze pro zákazníky. Velkou výhodou tohoto obchodního centra je jeho modulárnost. Obchodník si sám aktivuje moduly, které chce využívat a nemusí tak platit za funkce, které nevyužívá. Cena je potom kalkulována podle aktivovaných modulů. Metody elektronické platby jsou omezeny pouze na napojení na eBank a NetBank. Pokud prodejce chce, může svůj obchod napojit na účetní systémy Money S3 a Pohoda. [16]

Základní vlastnosti Vltava2000.

- Rychlost vytvoření obchodu.
- Modulárnost systému.
- Export zboží do vyhledávačů zboží.
- Statistiky návštěvnosti.

Vltava2000 nabízí také možnost vyzkoušení administračního rozhraní pro provoz internetového obchodu viz. Obrázek č. 13.



Obrázek č. 13: Administrace Vltava2000. Zdroj:[16]

4.3. Krabicové řešení

V této kapitole bude blíže představen jeden zástupce z oblasti krabicového řešení pro tvorbu a provoz internetového obchodu.

4.3.1. KarsaV2

KarsaV2 je aplikace pro tvorbu a provoz internetového obchodu společnosti Karsa Technologies, s.r.o. Aplikace je nabízena ve formě krabicového řešení a to za 30 000 Kč bez DHP. Aplikaci je možné provozovat jak na serverech společnosti za cenu 2 700 Kč/měsíčně bez DHP, tak i na vlastním hostingu. Na webových stránkách www.karsa.cz je možné si aplikaci zdarma vyzkoušet.

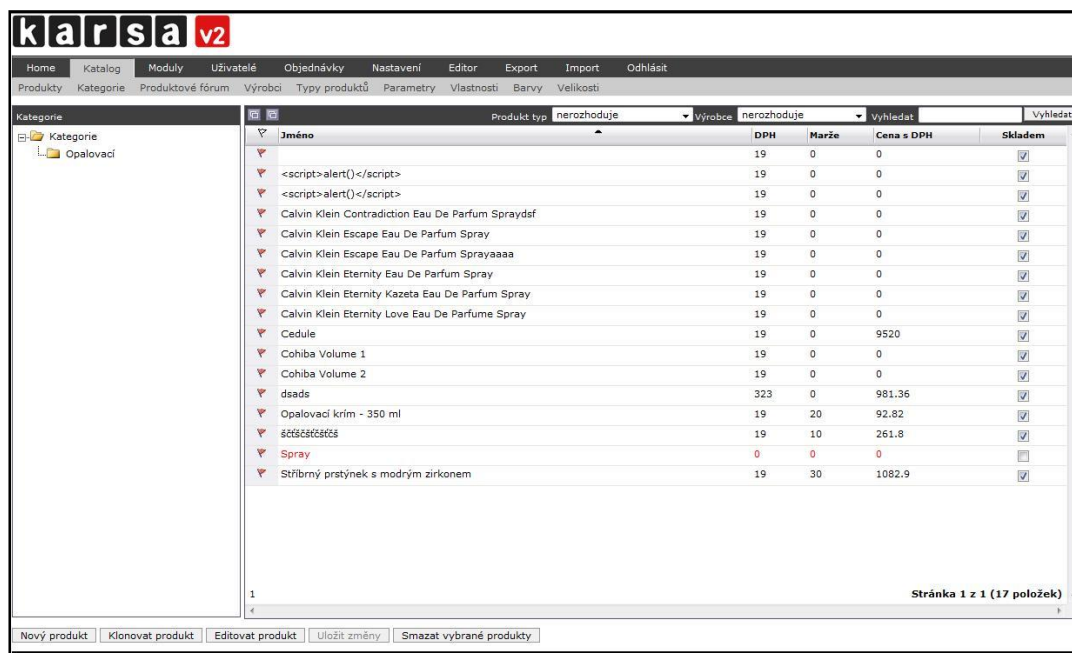
Aplikace je vytvořena pomocí technologie ASP.NET 1.1 a jako databázový server využívá MS SQL Server 2005. Jako webový server je použit MS IIS. Využití těchto technologií nás limituje na použití pouze na platformě Windows.

KarsaV2 nabízí neomezené množství kategorií, podkategorií pro neomezený počet produktů. Je přítomno rozšířené filtrování a vyhledávání produktů s podporou našeptávání. Pro změnu vzhledu slouží aplikace Manager vzhledu, kde si lze zvolit různá grafická schémata. Aplikace obsahuje také API, pomocí kterého lze vytvořit nový e-shop nebo upravit jeho části. Grafický vzhled je možné nechat si vytvořit na zakázku což, ovšem dále zvyšuje cenu. [17]

Základní vlastnosti KarsaV2:

- Podpora pro SEO.
- Podpora hlídacého psa pro zákazníky.
- Neomezený počet způsobů platby a dopravy.
- XML import a export katalogu.
- Možnost propojení s ekonomickými systémy Pohoda, Money S3.
- Podpora Wysiwyg editoru.

U aplikace KarsaV2 se mi podařilo taktéž vyzkoušet pouze administrační část pro správu obchodu viz. Obrázek č. 14. Na webových stránkách poskytovatele aplikace je deklarována možnost vyzkoušení i Manageru vzhledu. Tato možnost mi ale nebyla umožněna i přesto, že jsem se úspěšně zaregistroval.



Obrázek č. 14: Administrace KarsaV2. Zdroj:[17]

4.4. Srovnání aplikací z pohledu použitých technologií

Všechna představená řešení umožňují prodejci vytvořit internetový obchod. Aplikace jsou vytvořeny na různých technologiích. Pro lepší přehled použitých technologií slouží tabulka s přehledem použitého programovacího jazyka, databázového systému a webového serveru. Neméně důležité je také, na jakých platformách operačního systému je aplikace podporována.

Obchod	Řešení	Programovací jazyk	Databázový systém	Webový server
osCommerce	Open source	PHP	MySQL Server 5	Apache
Zen Cart	Open source	PHP	MySQL Server 5	Apache
Zoner INSHOP4	Outsourcing	ASP.NET 2.0	MS SQL Server 2005	MS IIS 6.0
A-net shop	Outsourcing	PHP 5	MySQL Server 5	Apache, MS IIS
Vltava2000	Outsourcing	nezjištěno	nezjištěno	nezjištěno
KarsaV2	Krabicové	ASP.NET 1.1	MS SQL Server 2005	MS IIS

Tabulka č. 1: Přehled technologií u představených řešení.

5. Závěrečná analýza

5.1. Porovnávací kritéria zvolená pro hodnocení

Pro ohodnocení jsem zvolil bodovou stupnici od nuly do pěti bodů. Přičemž nula bodů znamená nejhorší možný výsledek. Pět bodů je naopak nejlepší možný výsledek. Kritéria jsou zvolena z hlediska provozu internetového obchodu pro menší firmu. Vybral jsem tato kritéria:

- *Pořizovací náklady* – kritérium vyjadřuje finanční náklady prodejce na pořízení vybraného řešení pro e-shop.
- *Provozní náklady* – kritérium vyjadřuje finanční náklady spojené s webhostingem, na kterém je provozován e-shop.
- *Časová náročnost na spuštění internetového obchodu* – kritérium vyjadřuje dobu potřebnou ke spuštění obchodu se standardní funkcionalitou a možností začít prodávat zboží.
- *Technická podpora* – kritérium vyjadřuje, jakými možnostmi lze kontaktovat technickou podporu poskytovatel daného řešení a zda je podpora poskytována.
- *Možnost úpravy grafického vzhledu* – kritérium vyjadřuje, jakým způsobem je možné upravit design e-shopu a zda je to vůbec možné.
- *Propojení s ekonomickými systémy* – důležitou součástí řešení internetových obchodů je možnost propojení s ekonomickým systémem prodejce.
- *Rozšíření o další moduly a funkce* – kritérium vyjadřuje, zda je možné e-shop rozšířit o nové funkce a moduly.

5.2. Bodové ohodnocení kritérií

Jednotlivá kritéria jsou ohodnocena v tabulkách. Konečný součet získaných bodů z jednotlivých kritérií je v tabulce *Hodnocení – shrnutí*.

Pořizovací náklady

Řešení	Body	Důvod
osCommerce	5	Dostupný zcela zdarma.
Zen Cart	5	Dostupný zcela zdarma.
Zoner INSHOP4	5	Platí se pouze za provoz e-shopu.
A-net shop	2	Pořizovací cena je u verze Standard 45 331 Kč s DPH.
Vltava 2000	5	Platí se pouze za provoz e-shopu.
KarsaV2	3	Pořizovací cena je 35 700 Kč s DPH.

Tabulka č. 2: Hodnocení – pořizovací náklady.

Provozní náklady

Řešení	Body	Důvod
osCommerce	4	Cena webhostingu 1000 - 2000 Kč s DPH/měs.
Zen Cart	4	Cena webhostingu 1000 - 2000 Kč s DPH/měs.
Zoner INSHOP4	4	Cena webhostingu je 2 140 Kč s DPH/měs.
A-net shop	5	U verze standard je cena webhostingu 476 Kč s DPH/měs.
Vltava 2000	5	Cena webhostingu je 550 Kč s DPH/měs.
KarsaV2	3	Cena webhostingu je 3 213 Kč s DPH/měs.

Tabulka č. 3: Hodnocení – provozní náklady.

Časová náročnost na spuštění internetového obchodu

Řešení	Body	Důvod
osCommerce	2	Po instalaci je nutná optimalizace pro provoz. Obchod lze spustit do jednoho týdne.
Zen Cart	2	Po instalaci je nutná optimalizace pro provoz. Obchod lze spustit do jednoho týdne.
Zoner INSHOP4	4	Obchod lze spustit do jednoho dne.
A-net shop	3	Obchod lze spustit během pár dnů.
Vltava 2000	5	Systém je plně automatizován, obchod lze spustit téměř ihned.
KarsaV2	4	Obchod lze spustit do jednoho dne.

Tabulka č. 4: Hodnocení – časová náročnost na spuštění.

Technická podpora

Řešení	Body	Důvod
osCommerce	2	Podpora je pouze v podobě uživatelských fór.
Zen Cart	2	Podpora je pouze v podobě uživatelských fór.
Zoner INSHOP4	5	Telefonická podpora je poskytována ve všední dny, e-mailová podpora nepřetržitě. Uživatelské fórum.
A-net shop	3	Je poskytována podpora pře webový formulář.
Vltava 2000	4	Telefonická a e-mailová podpora je poskytována ve všední dny.
KarsaV2	4	Je poskytována telefonická a e-mailová podpora.

Tabulka č. 5: Hodnocení – technická podpora.

Možnost úpravy grafického vzhledu

Řešení	Body	Důvod
osCommerce	5	Volně stažitelné šablony a možnost vytvoření vlastních.
Zen Cart	5	Volně stažitelné šablony a možnost vytvoření vlastních.
Zoner INSHOP4	5	Možnost úpravy vzhledu přes Zoner INSHOP4 Manager nebo vytvoření vlastní šablony.
A-net shop	3	Vytvoření vzhledu na zakázku.
Vltava 2000	4	21 dostupných šablon. Možnost vytvoření vlastní šablony.
KarsaV2	3	Úpravy přes Manager vzhledu.

Tabulka č. 6: Hodnocení – úprava grafického vzhledu.

Propojení s ekonomickými systémy

Řešení	Body	Důvod
osCommerce	1	Možnost vlastního vytvoření propojení na další systémy.
Zen Cart	1	Možnost vlastního vytvoření propojení na další systémy.
Zoner INSHOP4	3	Je podporována komunikace s ekonomickými systémy MoneyS3 a POHODA.
A-net shop	-	Není dostupný seznam podporovaných systémů.
Vltava 2000	3	Je podporována komunikace s ekonomickými systémy MoneyS3 a POHODA.
KarsaV2	4	Je podporována komunikace s ekonomickými systémy MoneyS3 a POHODA. Možnost vlastního vytvoření propojení na další systémy.

Tabulka č. 7: Hodnocení – propojení s ekonomickými systémy.

Rozšíření o další moduly a funkce

Řešení	Body	Důvod
osCommerce	5	Je dostupných přes 4 800 možných modulů. Možnost vytvoření nových modulů.
Zen Cart	5	Je dostupných přes 750 možných modulů. Možnost vytvoření nových modulů.
Zoner INSHOP4	4	Pravidelně jsou vydávány nové verze aplikace s novými funkcemi.
A-net shop	2	Pouze při zakoupení vyšší verze.
Vltava 2000	2	Není umožněno rozšíření o funkce.
KarsaV2	3	Nutnost předplacení pro možnost aktualizace na novou verzi. Možnost vlastního vývoje modulů.

Tabulka č. 8: Hodnocení – rozšíření o moduly a funkce.

Shrnutí

Kritérium	osCommerce	Zen Cart	Zoner INSHOP4	A-net shop	Vltava2000	KarsaV2
Požizovací náklady	5	5	5	2	5	3
Provozní náklady	4	4	4	5	5	3
Časová náročnost na zprovoznění	2	2	4	3	5	4
Technická podpora	2	2	5	3	4	4
Možnost úpravy grafického vzhledu	5	5	4	3	4	3
Propojení s ekonomickými systémy	1	1	3	-	3	4
Rozšíření o další moduly a funkce	5	5	4	2	2	3
Body celkem	24	24	29	18	28	24

Tabulka č. 9: Hodnocení – shrnutí.

6. Závěr

Cílem bakalářské práce bylo hodnocení produktu Zoner INSHOP4 a porovnání funkčnosti a možnosti nasazení s ostatními konkurenčními produkty.

Ze závěrečné analýzy vyplývá, že Zoner INSHOP4 je nejlepší řešení pro tvorbu a provoz internetového obchodu z porovnávaných řešení. Zoner INSHOP4 nabízí velké množství funkcí, které jsou dostačující jak střední tak i menší podnik.

Jako alternativu bych si k Zoner INSHOP4 vybral open sourcové řešení Zen Cart nebo osCommerce. Především proto, že jsou tyto řešení dostupná zdarma a jsou snadno modifikovatelná, avšak vyžadují dobrou znalost programovacího jazyku PHP.

7. Seznam použité literatury

1. GÁLA, Libor, POUR, Jan, TOMAN, Prokop. *Podniková informatika*. 2006. vyd. Praha : Grada Publishing, a.s., 2006. 484 s. ISBN 80-247-1278-4.
2. SEDLÁČEK, Jiří. *E-komerce internetový a mobil marketing od A do Z*. 1. vyd. Praha : BEN - technická literatura, 2006. 352 s. ISBN 80-7300-195-0.
3. SMIČKA, Radim. *Optimalizace pro vyhledávače - SEO : Jak zvýšit návštěvnost webu*. 1. vyd. Dubany : Jaroslava Smičková, 2004. 120 s. ISBN 80-239-2961-5.
4. *Použitelnost stránek*. Jak psát web [online]. 2008 [cit. 2008-08-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.jakpsatweb.cz/pouzitelnost.html>>.
5. *Open source software*. Wikipedia [online]. 2008 [cit. 2008-07-15]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Open_source_software>.
6. *Outsourcing*. Wikipedia [online]. 2008 [cit. 2008-07-15]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Outsourcing>>.
7. *Microsoft SQL Server*. Wikipedia [online]. 2008 [cit. 2008-07-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Sql_Server>.
8. *ASP.NET*. Wikipedia [online]. 2008 [cit. 2008-07-20]. Dostupný z WWW: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Asp.net>>.
9. *XML*. Wikipedia [online]. 2008 [cit. 2008-07-20]. Dostupný z WWW: <<http://en.wikipedia.org/wiki/XML>>.
10. *Cascading Style Sheets*. Wikipedia [online]. 2008 [cit. 2008-07-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Cascading_Style_Sheets>.
11. *XHTML*. Wikipedia [online]. 2008 [cit. 2008-07-20]. Dostupný z WWW: <<http://en.wikipedia.org/wiki/XHTML>>.
12. *OsCommerce*. Wikipedia [online]. 2008 [cit. 2008-08-01]. Dostupný z WWW: <<http://en.wikipedia.org/wiki/OsCommerce>>.

13. *Zen Cart*. Wikipedia [online]. 2008 [cit. 2008-08-01]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Zen_Cart>.
14. *Zoner INSHOP4*. Zoner [online]. 2008 [cit. 2008-07-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.zoner-inshop.cz/>>.
15. *A-net shop*. A-net [online]. 2008 [cit. 2008-07-30] Dostupný z WWW: <<http://www.a-net.cz/a-net-shop/>>.
16. *Vltava2000*. Vltava2000 [online]. 2008 [cit. 2008-07-30] Dostupný z WWW: <<http://www.vltava2000.cz/>>.
17. *KarsaV2*. Karsa [online]. 2008 [cit. 2008-08-10] Dostupný z WWW: <<http://www.karsa.cz/>>.
18. *osCommerce*. Oscommerce [online] 2008 [cit. 2008-08-02] Dostupný z WWW: <<http://www.oscommerce.com/>>.
19. *Zen Cart*. Zen Cart [online] 2008 [cit. 2008-08-03] Dostupný z WWW: <<http://www.zen-cart.com/>>.
20. KRUPKA, Marcel. *Zakládáme e-shop: aplikace, hosting, volba sortimentu – LUPA* [online]. c1998-2008 [cit. 2008-07-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/zakladame-e-shop-aplikace-hosting-volba-sortimentu/>>.