



## Internetoví predajcovia

Odvetvie internetového obchodu sa začalo rozvíjať v druhej polovici 90-tych rokov minulého storočia. Dnes naberá na vážnosti, pretože v čase krízy poskytuje zákazníkom produkty za ceny často nižšie ako v klasických obchodoch, pričom cenový aspekt je v čase krízy pre mnoho nakupujúcich rozhodujúci.

Za všetko hovorí napríklad succes story spoločnosti Amazon, ktorá vznikla v roku 1994 ako internetový predajca kníh. Dnes je to najväčší on-line obchod so širokou paletou ponúkaných tovarov a ročnými tržbami 19 mld. USD. Minulý rok pristúpila ku kúpe internetového predajcu obuvi Zappos.com za 928 mil. USD.

Výhodou čisto internetových obchodov je často potreba iba skladových priestorov, ktoré nemusia byť situované na lukratívnych obchodných adresách s drahým nájomným, početným personálom, ako je to v prípade kamenných obchodov. Internetoví predajcovia potrebujú iba skladové priestory, ktoré môžu byť aj mimo centra mesta a potrebujú omnoho nižší stav personálu. Ziskovosť internetových predajcov sa tak dá dosiahnuť aj pri nižších predajných maržiach ako majú klasické kamenné obchody. Medzi ďalšie výhody patrí predovšetkým možnosť porovnávania cien a iných parametrov prostredníctvom rôznych internetových stránok, časová úspora pri nakupovaní, možnosť pohodlného nákupu z prostredia vlastnej domácnosti 24 hodín denne 7 dní v týždni.

Počas tohtoročnej predvianočnej nákupnej sezóny prebehlo asi 40 percent transakcií aj s donáškou zadarmo až k zákazníkovi.

Medzi hlavné nevýhody on-line nákupov patria predovšetkým možné problémy s bezpečnosťou nákupu, predovšetkým možnosť zneužitia osobných údajov pri menej známych internetových obchodoch, či fakt, že zákazník si nemôže produkt pri kúpe vyskúšať.

Podobne ako sa vyvíjal biznis model internetových predajcov v USA, vyvíjala sa aj štruktúra ich zákazníkov. V začiatkoch predaja cez internet medzi hlavných nakupujúcich patrili mladí muži s vyšším príjmom a univerzitným vzdelaním. Tento profil užívateľov sa postupne zmenil a od roku 2001 tvoria ženy viac ako polovicu nakupujúcich on-line.

V tomto roku vzrástol podiel nakupujúcich cez internet, ktorí boli ovplyvnení pri svojom rozhodovaní rôznymi sociálnymi sieťami ako facebook.com alebo twitter.com.

## Grafické informácie

**Graf č. 1** Vývoj maloobchodných tržieb v USA



**Graf č. 2:** Medziročná zmena očistených maloobchodných tržieb v USA



## VYPRACOVALI

Ing. Pavol Jonáš, analytik

Ing. PhDr. Vladimír Gešperík

Predseda predstavenstva

**CAPITAL MARKETS, o.c.p., a.s.**

Ul. 29. augusta 36, 811 09 Bratislava

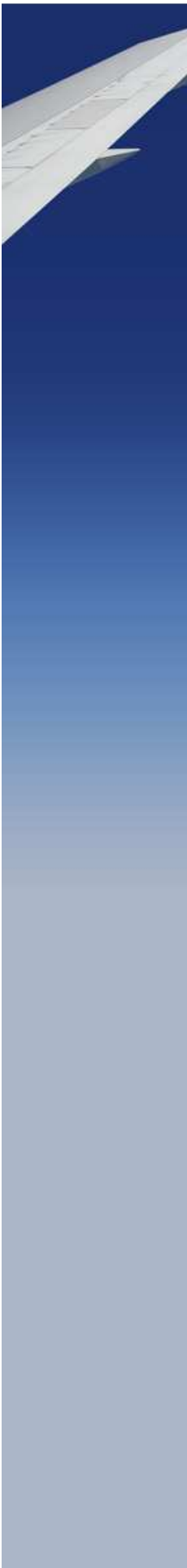
tel: +421 2 2070 6880

e-mail: [info@capitalmarkets.sk](mailto:info@capitalmarkets.sk)

[www.capitalmarkets.sk](http://www.capitalmarkets.sk)

Uvedené akcie nesmú byť chápané ako investičné odporúčanie, ale iba ako východisko pre ďalšie skúmanie prostredníctvom fundamentálnych metód oceňovania, ako i technickej analýzy vývoja ceny a objemov na burze.

Upozomenie! Všetky obchody s cennými papiermi môžu viesť ako k ziskom, tak i k stratám. Všetky informácie týkajúce sa pravidiel vypracovania a šírenia investičných odporúčaní podľa §132e až § 132n zákona 566/2001 o cenných papieroch nájdete na [www.capitalmarkets.sk/ID](http://www.capitalmarkets.sk/ID). Dohľad nad činnosťou spoločnosti CAPITAL MARKETS, o.c.p., a.s. vykonáva Národná banka Slovenska. Zdroj informácií: Bloomberg, [www.comscore.com](http://www.comscore.com).



Z hľadiska vekovej štruktúry nakupujúci on-line s vekom do 45 rokov s ročným príjmom nad 50.000 USD tento rok objem svojich výdavkov neznížili ani v kritickom prvom kvartáli v roku 2009, pričom podobne zarábajúci nad 45 rokov v rovnakom období podiel výdavkov v porovnaní s minulým rokom znižovali.

Podľa odhadov maloobchodné tržby v USA počas tohtoročnej predvianočnej nákupnej sezóny, ktorá trvá od začiatku novembra do 2. januára, mali medziročne vzrásť o 3.6 percenta. Je to omnoho lepší výsledok v porovnaní s rokom 2008, kedy zaznamenali prepád o 3.4 percenta a bol to najhorší výsledok za posledné 4 dekády. Za rastom stojí aj fakt, že predvianočná nákupná sezóna je v porovnaní s minulým rokom o deň dlhšia. Spoločnosť SpendingPulse, zaoberajúca sa analýzou maloobchodného predaja predpokladá, že bez započítania tohto jednorazového vplyvu, by mali sezónne maloobchodné tržby v porovnaní s minulým rokom vzrásť minimálne o 2 percentá. Finálne výsledky nákupnej sezóny predajcovia zverejnia krátko po jej skončení, a to 7. januára.

Ako vyplýva z grafu číslo 4, podiel predajov cez internet na celkových maloobchodných tržbách v USA kontinuálne od roku 2001 rastie pričom na konci tretieho kvartálu 2009 dosahoval tento pomer 3.7 percenta.

Podľa údajov spoločnosti Comscore, ktorá sa zaoberá prieskumom a analýzami internetového biznisu, minuli za prvých 50 dní tohtoročnej predvianočnej sezóny (november - december) zákazníci za nákup tovarov prostredníctvom on-line portálov sumu 25.5 mld. USD, čo predstavuje medziročný rast o 4 percentá.

Porovnanie tržieb internetových predajcov po týždňoch od roku 2004 ponúka graf číslo 5. Ako vyplýva z grafu, tržby on-line obchodov rástli v období od roku 2004 po rok 2007 dvojciferným tempom, tento rast sa zastavil v roku 2008 v dôsledku krízy, kedy tržby klesli.

Tržby on-line predajcov v najdôležitejších obdobiach predvianočnej nákupnej sezóny obsahuje tabuľka č. 1. Najväčšiu medziročnú pozitívnu zmenu zaznamenal 15. december, kedy tržby medziročne vzrástli o 21 percent na 913 mil. USD, čo predstavuje historický rekord v tržbách on-line obchodov počas jedného dňa. Medziročný rast na deň Vďakyvzdania bol 10 percent. Deň nasledujúci po dni Vďakyvzdania, tzv. Black Friday, zaznamenal medziročný rast o 11 percent.

Nakupovanie prostredníctvom on-line obchodov naberá stále na obľúbenosti. Do budúcnosti sa dá predpokladať, že hybná sila americkej ekonomiky, teda spotrebiteľia, ktorí s postupným zlepšovaním stavu ekonomiky a následne poklesom nezamestnanosti začnú opäť viac míňať.

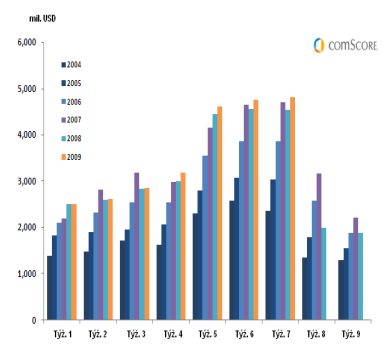
**Graf č. 3:** Vývoj stavu zásob v maloobchode v USA (v mld. USD)



**Graf č. 4** Vývoj podielu tržieb z on-line predaja na maloobchodných tržbách

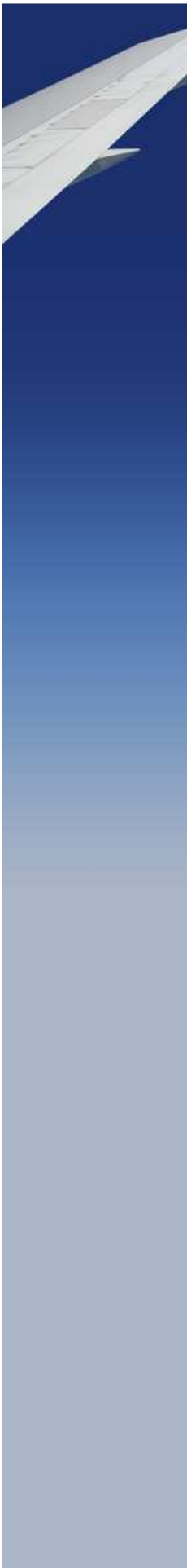


**Graf č. 5:** Vývoj tržieb on-line obchodov po týždňoch za 4 roky



**Tab. č. 1:** Dosiahnuté tržby v online obchodoch za vybrané dátumy (Zdroj: ComScore)

Obdobie	Tržby v mil. \$	Y/Y zmena
1.11 - 20.12	25 524	4%
Deň Vďakyvzdania	318	10%
Black Friday (27.11)	595	11%
Cyber Monday (30.11)	887	5%
Green Monday (14.12)	854	-1%
15.12	913	21%
Víkend (19.-20. 12)	767	13%
Týždeň končiaci 20. 12	4803	6%



## Fundamentálne východiská

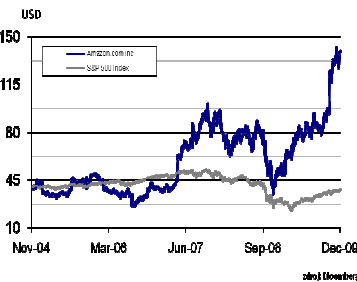
S&P500 Internet Retail Index, ktorý pozostáva z 3 najväčších internetových obchodných spoločností v USA, Amazon.com, Priceline.com a Expedia.com, posilnil za posledných 7 rokov o 598 percent, čo predstavuje zhodnotenie kapitálu v priemere o 31.1 percenta ročne. Napriek tomuto rastu, aktuálne P-E spoločností indexu S&P500 Internet Retail, dosahuje hodnotu 54.85 a očakávané P-E pre rok 2010 je na úrovni 32.41. Priemer za posledných 7 rokov pritom dosahuje hodnotu 48.89. Predaj tovaru a služieb, týchto spoločností kumulatívne vzrástol z 10 miliárd dolárov v roku 2004 na 210 miliárd v roku 2009, pričom v roku 2010 očakávajú analytici nárast objemu predaja na 275 miliárd dolárov. Tento obrovský nárast o 2000 percent nevyčerpal však ani zďaleka priestor pre rast tržieb. Tržby 200 miliárd dolárov predstavovali v roku 2009 necelé 4 percentá z celkových maloobchodných tržieb v USA, podľa údajov Ministerstva Obchodu USA. Celkové tržby v roku 2009 v maloobchode v USA by mali dosiahnuť 4 000 miliárd dolárov. Cieľ pre podiel predaja prostredníctvom internetu pre rok 2020 je na úrovni okolo 40 percent.

## Amazon.com, Inc.

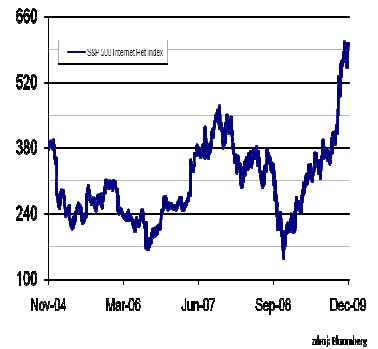
### Profil:

Amazon.com, Inc pôsobí ako on-line predajca v Severnej Amerike a na medzinárodnej úrovni. Prevádzkuje rôzne maloobchodné web stránky, vrátane amazon.com, amazon.co.uk, amazon.de, amazon.co.jp, amazon.ca, a amazon.cn. Spoločnosť obsluhuje zákazníkov prostredníctvom svojich web stránok a zameriava sa na výber, cenu a vhodnosť. Ponúka tiež programy, ktoré umožňujú zákazníkovi predávať svoje výrobky na svojej web stránke. Prostredníctvom divízie Amazon Web Services, poskytuje prístup IT zákazníkovi k technologickej infraštruktúre, ktorú môžu využiť prakticky na akýkoľvek druh podnikania. Ďalej ponúka kreditné karty a ďalšie marketingové a reklamné služby ako napríklad on-line reklamu. Spoločnosť Amazon.com, Inc. bola založená v roku 1994 a má hlavné sídlo v Seattli, Washington.

### Graf:



**Graf č. 6:** S&P 500 Internet Ret Index



**Graf č. 7:** S&P 500 Internet Ret Index vs. S&P 500 Index



## Amazon.com, Inc.

### ÚDAJE O AKCII

Cena (5. 1. 2010, 22:00): \$ 134.69

Burza:	NASDAQ
Bloomberg:	AMZN.US
Trhová kapitalizácia:	\$ 58.31 mld.
Priemer, denný objem:	\$ 1.25 mld.
Free-float:	77.45 %
P/E:	79.23
Návratnosť kapitálu:	24.31 %
Zisk na akciu (kĺzavý):	1.25 \$
Dividenda:	0 \$
Rast tržieb 1y:	29.19 %
Rast zisku 1y:	35.50 %

### OČAKÁVANÉ UDALOSTI

28. 1. 2010 hospodárske výsledky

### VÝVOJ CENY AKCIE:

52 týždňové maximum	145.91 \$
52 týždňové minimum	47.63 \$

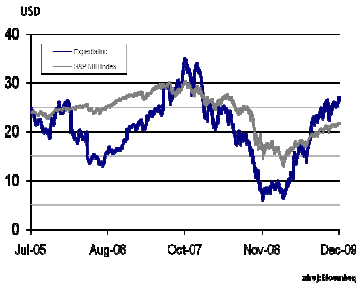
## Expedia, Inc.

### Profil:

Expedia, Inc. je on-line cestovná agentúra pôsobiaca na území USA aj mimo neho. Poskytuje cestovné produkty a služby pre voľný čas a cestovanie prostredníctvom

portfólia značiek vrátane Expedia.com, hotels.com, Hotwire.com atď. Cestovné ponuky spoločnosti tvoria linkové lety, hotelové pobyty, prenájmy áut, člnov, plavby a balíky služieb pre cesty, ktoré poskytujú rôzne letecké spoločnosti. Pôsobí ako sprostredkovateľ pri transakciách a rezerváciách cestujúcich na príslušné letecké spoločnosti, hotely, požičovne áut alebo výletné linky. Spoločnosť má centrálu v meste Bellevue, štát Washington. Expedia, Inc. pôsobí nezávisle na spoločnosti IAC InterActiveCorp. od 9. augusta 2005.

### Graf:



## Expedia, Inc.

### ÚDAJE O AKCII

Cena (5. 1. 2010, 22:00): \$ 25.93

Burza:	NASDAQ
Bloomberg:	EXPE.US
Trhová kapitalizácia:	\$ 7.49 mld.
Priemer. denný objem:	\$ 103 mil.
Free-float:	72.6 %
P/E:	21.25
Návratnosť kapitálu:	-66.74 %
Zisk na akciu (kľzavý):	-8.8 \$
Dividenda:	0 \$
Rast tržieb 1y:	10.19 %
Rast zisku 1y:	N/A

### OČAKÁVANÉ UDALOSTI

4. 2. 2010 hospodárske výsledky

### VÝVOJ CENY AKCIE:

52 týždňové maximum	27.51 \$
52 týždňové minimum	6.31 \$

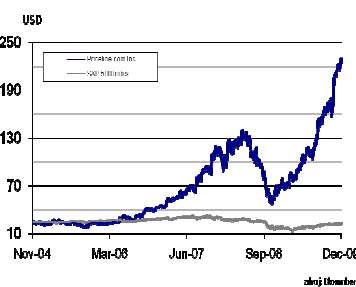
## Priceline.com, Inc.

### Profil:

Priceline.com, Inc. funguje ako on-line cestovná agentúra pôsobiaca v USA, Európe a Ázii. Poskytuje rôzne služby vrátane predaja leteniek, rekreačných balíkov,

plavieb, prenájmu áut a rezervačných služieb. Ponúka cestovné poistenie balíkov, ktorým kryje storno zájazdu, prerušenie cesty, výdavky na zdravotnú starostlivosť ako aj núdzové evakuácie, rovnako ako stratu batožiny a cestovných dokladov. V USA ponúka svojim zákazníkom možnosť voľby pri nákupe cestovných služieb, a to tradičným spôsobom alebo možnosťou používať Name Your Own Price služby, ktorá umožňuje zákazníkovi, aby ponuky cestovných služieb získali za zvýhodnené ceny. Svoje služby ponúka prostredníctvom stránok Booking.com, Lowestfare.com, Active Hotels, Agoda, Rentalcars.com, Breezenet.com atď. Priceline.com bola založená v roku 1997 a sídli v meste Norwalk, štát Connecticut.

### Graf:



## Priceline.com, Inc.

### ÚDAJE O AKCII

Cena (5. 1. 2010, 22:00): \$ 226.56

Burza:	NASDAQ
Bloomberg:	PCLN.US
Trhová kapitalizácia:	\$ 9.96 mld.
Priemer. denný objem:	\$ 273.3 mil.
Free-float:	98.78 %
P/E:	37.07
Návratnosť kapitálu:	46.03 %
Zisk na akciu (kľzavý):	4.92 \$
Dividenda:	0 \$
Rast tržieb 1y:	33.73 %
Rast zisku 1y:	23.17 %

### OČAKÁVANÉ UDALOSTI

18. 2. 2010 hospodárske výsledky

### VÝVOJ CENY AKCIE:

52 týždňové maximum	231.49 \$
52 týždňové minimum	64.947 \$