

13. Prodej přes webové stránky, mobilní aplikace nebo online tržiště

Díky webovým stránkám se mohou firmy velmi efektivně nejen prezentovat a komunikovat se svými zákazníky či dodavateli. V mnoha případech dnes firmy přes webové stránky a aplikace své výrobky, zboží či služby prodávají a tržby z online prodeje tvoří nezanedbatelnou součást jejich celkových tržeb. Podniky začínají prodávat v prostředí online tržišť. Nejčastěji jsou to subjekty působící v cestovním ruchu, zvláště firmy z odvětví ubytování.

Pozn.: Otázky v této kapitole se vztahují k roku předcházejícímu šetření, tj. zde konkrétně k roku 2024. Namísto celého názvu „prodej přes webové stránky, mobilní aplikace nebo online tržiště“ jsou v následujícím textu používána i slovní spojení „prodej přes web“ či „online prodej“.

Hlavní zjištění

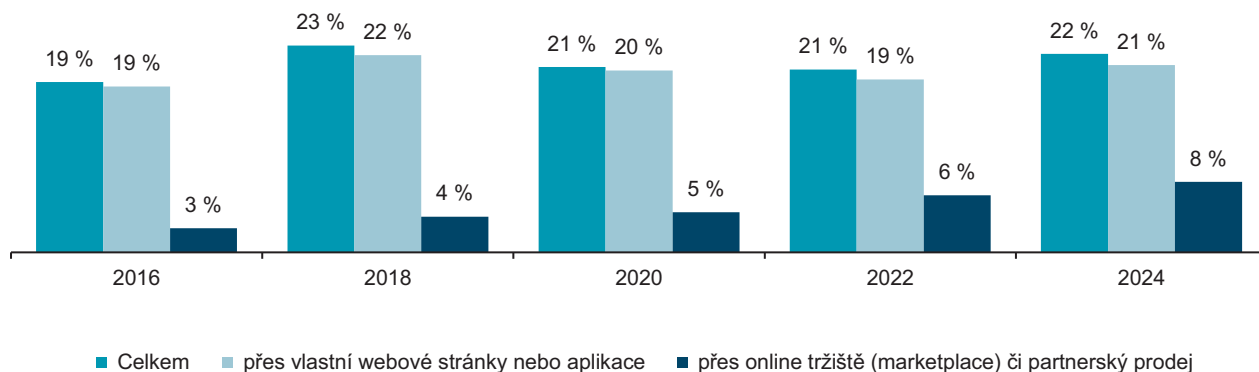
- V průběhu roku 2024 prodávala **přes webové stránky, mobilní aplikace nebo online tržiště pětina (22 %)** podniků s deseti a více zaměstnanci v Česku. Podíl firem prodávajících své výrobky nebo služby online se od roku 2012 **jž zásadně nemění** a pohybuje se poměrně stabilně okolo hranice 20 %.
- Na rozdíl od většiny ostatních ICT ukazatelů se prodávání přes web **liší v závislosti na velikosti podniku poměrně málo**. I zde platí, že velké firmy prodávají přes web častěji (27 % podniků v roce 2024), ale rozdíl mezi nimi a malými firmami (22 %) není výrazný.
- **Prodej přes prostředí webových stránek je typický pro podniky působící v cestovním ruchu** – v roce 2024 dosáhl podíl prodávajících v odvětvích ubytování a také činnosti cestovních agentur a kanceláří na 73 %. Tento způsob prodeje je naopak nejméně rozšířen u firem z oboru stavebnictví (5 % podniků v roce 2024), dopravy a skladování či administrativních a podpůrných činností (v každém z těchto odvětví shodně 10 % podniků) nebo z oblasti energetiky (8 %).
- V prodejích přes webové stránky nebo mobilní aplikace jsou **podniky v Česku (22 %) za rok 2024 přibližně na úrovni průměru EU27 (21 %)**. První příčka patřila v tomto ukazateli podnikům v Litvě, kde v roce 2024 využilo prodeje přes web 41 % tamějších podniků s deseti a více zaměstnanci. Nejméně často pak přes web prodávaly podniky v Rumunsku (13 %) nebo v Lucembursku (13 %).
- Firmy prodávající online prodávají **téměř výhradně přes své vlastní webové stránky (e-shop) nebo aplikace**. Prodej přes online tržiště není zatím v českém prostředí příliš rozšířen. V roce 2024 prodávalo prostřednictvím online tržišť 8 % všech podniků s více než 10 zaměstnanci. **Výjimku zde tvoří podniky působící v oblasti ubytování**. V roce 2024 prodávalo přes online tržiště 56 % podniků v tomto odvětví. S výrazným odstupem pak následují cestovní agentury a kanceláře (32 % podniků) a stravování (20 %) či podniky působící v mediální oblasti (19 %).
- **Pouze přes online tržiště** (nikoli přes firemní web nebo aplikace) prodávalo v roce 2024 pouze 1 % všech tuzemských podniků s více než deseti zaměstnanci, především pak firmy z oboru stravování (7 % z nich), ubytování (3 %) nebo z mediálního sektoru (3 %).
- Relativní zastoupení firem v Česku, které v roce 2024 **prodávaly přes vlastní webové stránky** (např. vlastní e-shop) nebo mobilní aplikace, bylo 21 % a průměr evropské sedmadvacítky byl ve stejném roce 18 %. První příčky patřily podnikům ve Švédsku či v Dánsku (v každé zemi 30 % podniků), naproti tomu vlastní e-shop provozovaly nejméně často podniky v Lucembursku (10 %).
- **Zastoupení podniků prodávajících přes online tržiště je relativně nízké i ve většině zemí EU27** (průměr za EU27 činil 9 % za rok 2024). Výrazné prvenství v uskutečňování prodeje prostřednictvím online tržišť patří Litvě, kde v roce 2024 tímto způsobem prodávalo 36 % podniků. Podniky v Česku (8 %) jsou v tomto ukazateli mírně pod průměrem Unie, podobně jako např. Švédsko, Dánsko nebo Belgie. Prodej pomocí online tržišť byl v roce 2024 nejméně praktikován podniky v Estonsku (4 %), ve Francii, na Slovensku nebo v Chorvatsku (ve všech třech zemích shodně 5 % podniků).
- Firmy, které prodávají přes web, prodávaly v roce 2024 přibližně stejně často jak koncovým zákazníkům – soukromým osobám (19 % všech tuzemských podniků), tak jiným firmám nebo organizacím veřejné správy (18 % podniků).

- Prodej **koncovým zákazníkům – soukromým osobám** (tzv. B2C prodej) **častěji než jiným firmám** či veřejné správě (B2B, B2G prodej) je typický pro firmy, které poskytují ubytování (73 % ze všech podniků v tomto odvětví prodávalo soukromým osobám), dále pro cestovní agentury a kanceláře (72 %), firmy poskytující telekomunikační služby (46 %), firmy působící v maloobchodě (34 %), a také pro stravovací služby (33 %). Z odvětví zpracovatelského průmyslu častěji prodávají koncovým zákazníkům než jiným firmám či veřejné správě potravinářský a nápojový průmysl (26 %) nebo textilní a oděvní průmysl (33 %). Častější prodeje B2C se ve zmíněných odvětvích promítají i do vyšších tržeb z B2C prodeje.
- Na online prodej dalším **firmám nebo organizacím veřejné správy** (tzv. B2B resp. B2G prodej) se z průmyslových odvětví častěji zaměřují firmy vyrábějící počítače nebo jinou elektroniku (CZ NACE 26: 17 % podniků v tomto odvětví), ze segmentu služeb pak IT firmy (CZ NACE 62-63: 18 %) nebo firmy působící v oblasti dopravy a skladování (9 %).

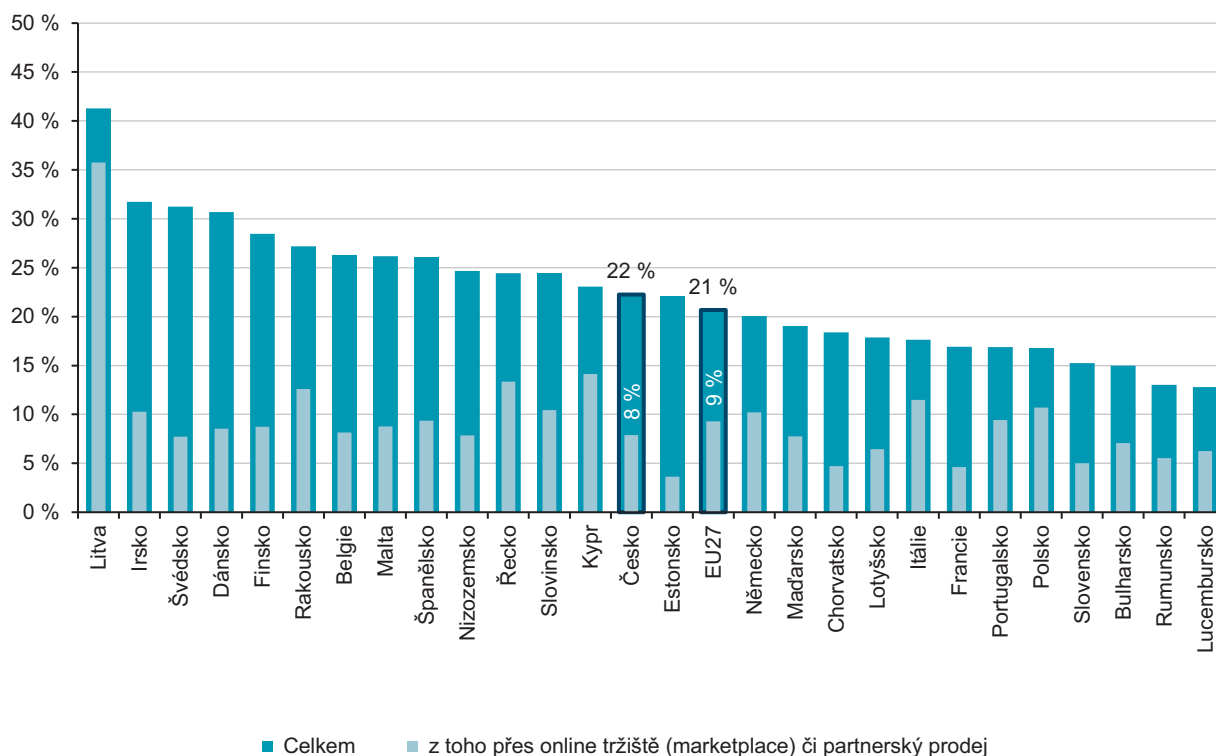
Tržby z prodejů uskutečněných přes webové stránky, aplikace nebo online tržiště

- V roce 2024 tvořily v Česku tržby z prodejů uskutečněných přes web **9 % celkových tržeb podniků** s 10 a více zaměstnanci. V případě 14 % tuzemských podniků činily prodeje přes web více než 10 % z jejich celkových tržeb.
- **Nejvyšší tržby z prodejů realizovaných přes web** vykázaly v roce 2024 **podniky v mediálním sektoru**, tj. vydavatelství, filmová výroba, rozhlasové a televizní vysílání, a **podniky poskytující ubytování** (v obou případech 43% podíl na jejich celkových tržbách). Následovaly je **cestovní agentury a kanceláře** (40% podíl na jejich celkových tržbách). Nejnižší tržby z elektronických prodejů naopak vykazuje sektor stavebnictví (1 %) nebo automobilový průmysl (1 %), kde ovšem dlouhodobě zaznamenáváme jedny z nejvyšších tržeb získaných prodeji pomocí elektronické výměny dat.
- **Tržby tuzemských podniků z webových prodejů** byly za rok 2024 na úrovni 9 % celkových podnikových tržeb. Podniky v Česku se hodnotou ukazatele 9 % umístily **nad průměrem evropské sedmadvacítky**, který v tomto roce činil 8 % celkových tržeb. Nejvyšší tržby z prodejů přes web měly v roce 2024 **podniky v Irsku** (25 %), nejnižší tržby naproti tomu vykázaly ve stejném roce podniky ve Francii (4 % z celkových tržeb podniků).
- Podniky většiny zemí EU27 získávají **vyšší tržby z prodejů jiným firmám nebo organizacím veřejné správy než z prodejů soukromým osobám**. Nejvíce viditelné to je u podniků v Maďarsku nebo v Irsku (přibližně tři čtvrtiny tržeb plynou z B2B resp. B2G prodejů ku čtvrtině z B2C prodejů). Obrácený poměr nacházíme v podnicích na Kypru nebo na Maltě, kde převládají tržby z webového prodeje soukromým osobám (v každé z těchto zemí více než 60 % podniků). U podniků v Česku v roce 2024 také mírně převažují tržby z prodejů jiným podnikům či veřejné správě (53 %) nad tržbami z prodejů soukromým osobám (47 %) a podobné výsledky jsou za průměr EU27 (52 % ku 48 %).

Graf 13.1: Podniky v Česku prodávající výrobky, zboží nebo služby přes web, mobilní aplikace nebo online tržiště (% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci)

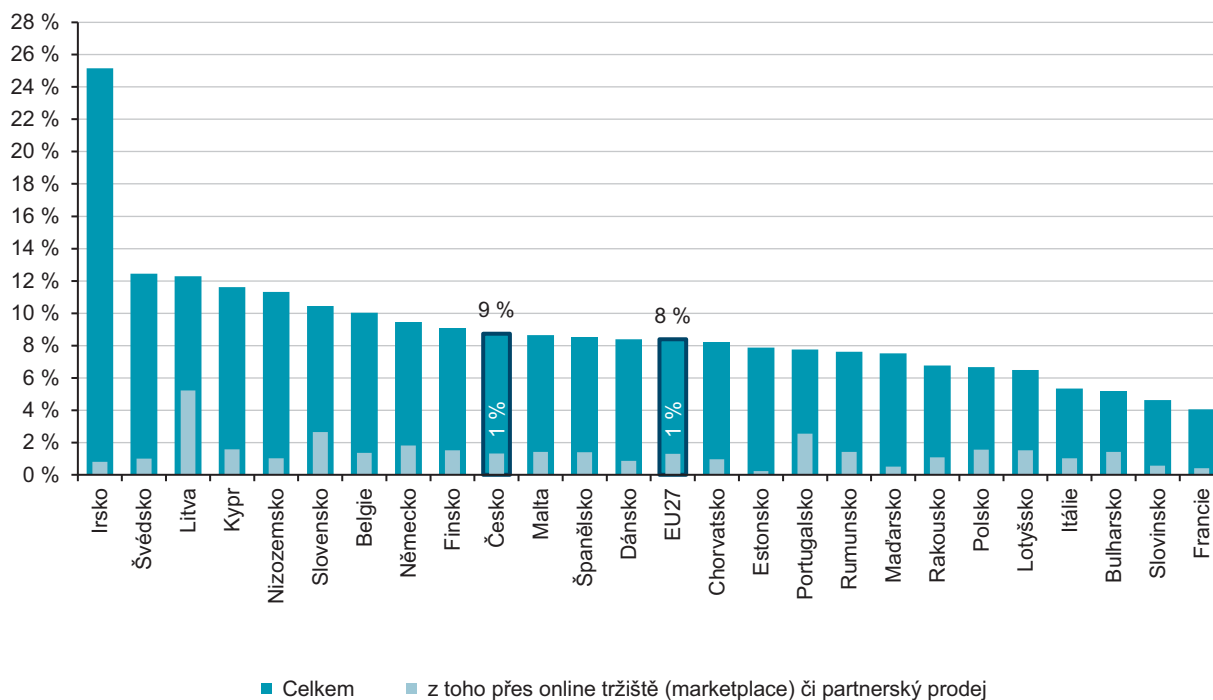


Graf 13.2: Podniky v zemích EU27 prodávající výrobky, zboží nebo služby přes web, mobilní aplikace nebo online tržiště v roce 2024 (% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci v dané zemi)



Graf 13.3: Tržby podniků v zemích EU27 z prodejů uskutečněných online v roce 2024

(% z celkových tržeb podniků s 10+ zaměstnanci v dané zemi)



Graf 13.4: Struktura tržeb podniků v zemích EU27 z online prodejů podle typu koncových zákazníků v roce 2024

(% z tržeb podniků s 10+ zaměstnanci v dané zemi získaných z prodejů přes web, mobilní aplikace nebo online tržiště)

