

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

Díky webovým stránkám se mohou firmy velmi efektivně nejen prezentovat a budovat své dobré jméno, ale i komunikovat se svými zákazníky či dodavateli. V mnoha případech dnes firmy přes webové stránky a aplikace své zboží či služby prodávají a tržby z online prodeje tvoří nezanedbatelnou součást jejich celkových tržeb. Podnikové prodeje začínají zvolna pronikat i na online tržiště. V tomto prostředí prodávají v současné době především ekonomické subjekty působící v cestovním ruchu, zvláště firmy v ubytování.

Pozn.: otázky v této kapitole se vztahují k roku předcházejícímu šetření, tj. zde konkrétně k roku 2022. Namísto celého názvu „prodej přes webové stránky, mobilní aplikace nebo online tržiště“ jsou v textu používána i slovní spojení „prodej přes web“ a „online prodej“.

Hlavní zjištění

- V průběhu roku 2022 prodávala v Česku **přes webové stránky, mobilní aplikace nebo online tržiště pětina** podniků s deseti a více zaměstnanci. Tento podíl je sice v porovnání s rokem 2007, kdy online prodávalo 11 % podniků, téměř dvojnásobný, ale podíl firem prodávajících své výrobky nebo služby online se od roku 2012 **již zásadně nemění** a pohybuje se okolo 20 %.
- Na rozdíl od většiny ostatních ICT ukazatelů se rozšíření prodeje přes web liší v závislosti na velikosti podniku málo. I zde platí, že velké firmy prodávají přes web častěji (27 % podniků v roce 2022), ale rozdíl mezi nimi a malými firmami (20 %) není výrazný.
- **Nejčastěji** prodávají své produkty pomocí on-line prodeje **podniky působící v cestovním ruchu** – v roce 2022 dosáhl podíl prodávajících v odvětví činnosti cestovních agentur a kanceláří hranici 70 %, v ubytování to bylo dokonce 72 % podniků. Nejméně prodávají online naopak firmy z oboru stavebnictví (6 %), z dopravy a skladování (8 %) nebo z energetiky (8 %).
- Mezi **zeměmi EU27** se tuzemské firmy realizující online prodeje v roce 2022 umístily na průměru evropské sedmadvacítky, který v tomto roce činil 20 %. První příčka patřila v roce 2022 Litvě (37 % podniků), nejméně často pak přes web prodávaly podniky v Rumunsku (11 %) nebo v Lucembursku (12 %).
- Firmy prodávající online prodávají **téměř výhradně přes své vlastní webové stránky nebo aplikace**. Prodej přes online tržiště¹ není, v českém prostředí, zatím příliš rozšířen. V roce 2022 prodávalo prostřednictvím online tržiště 6 % všech podniků s více než 10 zaměstnanci. **Výjimku v prodeji přes online tržiště tvoří podniky působící v oblasti ubytování**. V roce 2022 přes ně prodávalo již více než 41 % ekonomických subjektů v tomto odvětví. S výrazným odstupem pak následují cestovní agentury a kanceláře (20 % podniků), činnosti v oblasti vydavatelství, filmu a televizních pořadů (16 % podniků) a velkoobchod (16 % podniků).
- **Pouze přes online tržiště** (nikoli přes firemní webové stránky nebo aplikace) prodávalo v roce 2022 pouze 1 % všech tuzemských podniků s více než deseti zaměstnanci, především pak firmy z oboru stravování a pohostinství (4 % z nich), ubytování (3 %) nebo z mediálního sektoru (3 %).
- Relativní zastoupení firem v Česku, které v roce 2022 prodávaly přes vlastní webové stránky nebo mobilní aplikace, bylo 19 % a průměr evropské sedmadvacítky byl ve stejném roce 17 %. První příčky patřily podnikům na Maltě (28 %) a ve Švédsku (28 %), naproti tomu nejméně často tímto způsobem prodávaly podniky v Rumunsku (10 %) a v Lucembursku (9 %).
- Zastoupení podniků prodávajících přes on-line tržiště je relativně nízké i ve většině zemí EU27 (průměr za EU27 činil 9 % za rok 2022). Desetiprocentní hranici překračují Malta, Kypr, Rakousko a Španělsko, nejvyšší hodnoty ze čtyř jmenovaných dosahuje s 13% podílem Malta. Výrazné prvenství pak patří Litvě, kde v roce 2022 přes online tržiště prodávalo 30 % podniků.

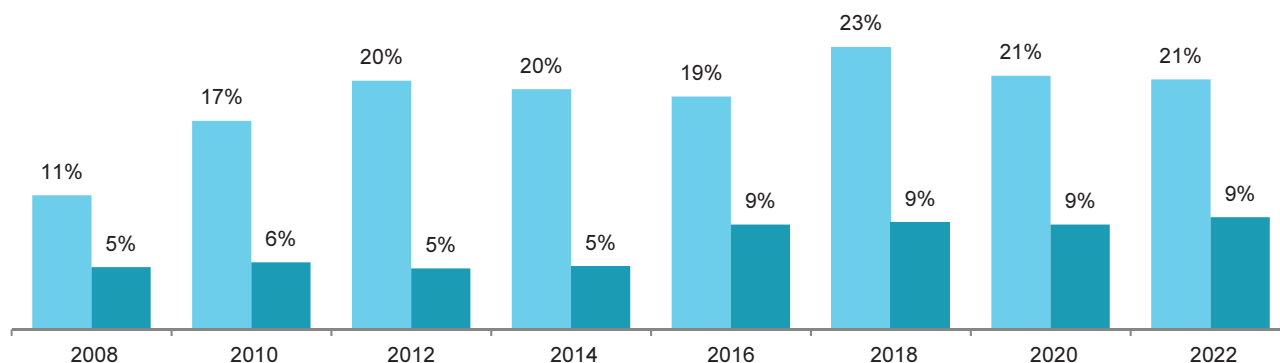
¹ Online tržiště (marketplaces) jsou webové stránky nabízející zboží nebo služby od více různých prodejců. Patří sem např. Booking nebo také partnerský prodej např. velké e-shopy jako jsou Mall nebo Heureka nebo Facebook Marketplace. Prodejci zde mohou za domluvenou provizi nabízet své produkty. Jejich propagaci, platební brány a zákaznický servis zastrešuje infrastruktura zavedeného portálu.

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

- V roce 2022 tvořily v Česku tržby z prodeje uskutečněných přes web **9 % celkových tržeb podniků** s 10 a více zaměstnanci. V případě 13 % tuzemských podniků činily prodeje přes web více než 10 % z jejich celkových tržeb.
- **Nejvyšší tržby z prodeje realizovaných přes web** vykázaly v roce 2022 **cestovní agentury a kanceláře** (72% podíl na jejich celkových tržbách). Druhé nejvyšší tržby patří s velkým odstupem podnikům působícím v ubytování (39 % z celkových tržeb) a na třetí příčce za rok 2022 byly podniky v mediálním sektoru, tj. vydavatelství, filmová výroba, rozhlasové a televizní vysílání (31% podíl na jejich celkových tržbách).
- **Tržby tuzemských podniků z webových prodeje** byly za rok 2022 na úrovni 9 % celkových podnikových tržeb, průměr za EU27 v tomto roce činil necelých 7 % celkových tržeb. Výrazně nejvyšší tržby z prodeje přes web měly v roce 2022 **podniky v Irsku** (20 %), ve srovnání se zeměmi, které v žebříčku následují, byly **jejich tržby dvojnásobné**. Nejnižší tržby z prodeje uskutečněných přes web, vykázala v roce 2022 Francie (4 % z celkových tržeb podniků).
- Firmy, které prodávají přes web, prodávají přibližně stejně často jak koncovým zákazníkům - soukromým osobám (18 % všech tuzemských podniků), tak jiným firmám nebo organizacím veřejné správy (17 % 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 (72 % ze všech podniků v tomto odvětví prodávalo soukromým osobám), dále pro cestovní agentury a kanceláře (69 % firem prodávalo B2C), firmy působící v maloobchodě (41 % firem), poskytují telekomunikační služby (37 %) a také pro stravovací služby (25 %). Z odvětví zpracovatelského průmyslu častěji prodávají koncovým zákazníkům než jiným firmám či veřejné správě textilní a oděvní průmysl (32 %). Častější prodeje B2C se promítají i do vyšších tržeb z B2C prodeje ve zmíněných odvětvích. V roce 2022 u cestovních kanceláří (90 % z tržeb z prodeje přes web), v maloobchodě (87 %), v telekomunikačních činnostech (84 %) a ve stravování a pohostinství (82 %). V odvětví zpracovatelského průmyslu vykázaly nejvyšší tržby z prodeje soukromým osobám firmy z oblasti textilní, oděvní a obuvnický průmysl (56 % podíl na tržbách z prodeje přes webové stránky).
- 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: 16% podniků v tomto odvětví), ze segmentu služeb pak IT firmy (CZ NACE 62-63: 23 %) nebo firmy působící v oblasti nemovitostí (8 %). Nejvyšší tržby z prodeje jiným firmám nebo veřejné správě byly v roce 2022 zaznamenány v elektrotechnickém průmyslu (CZ NACE 27: 95% podíl z tržbách z online prodeje), v automobilovém průmyslu (CZ NACE 29-30: 89 %) nebo v IT činnostech (CZ NACE 62: 82 %).
- Podniky většiny zemí EU27 získávají **vyšší tržby z prodeje jiným firmám nebo organizacím veřejné správy než z prodeje soukromým osobám**. Nejvíce viditelné to je u podniků na Slovensku (78 % z B2B resp. B2G prodeje ku 22 % z B2C prodeje). Obrácený poměr nacházíme v podnicích v Rumunsku, Řecku, ve Francii a především pak na Maltě, kde převládají tržby z webového prodeje soukromým osobám. U podniků v Česku je poměr tržeb z prodeje soukromým osobám a prodeje jiným podnikům či veřejné správě téměř vyrovnaný, v roce 2022 mírně převažovaly tržby z prodeje soukromým osobám (53 % versus 47 %). V Německu, Nizozemsku a Lotyšsku byl poměr mezi oběma typy koncových zákazníků v roce 2022 rozdělen přesně na polovinu.

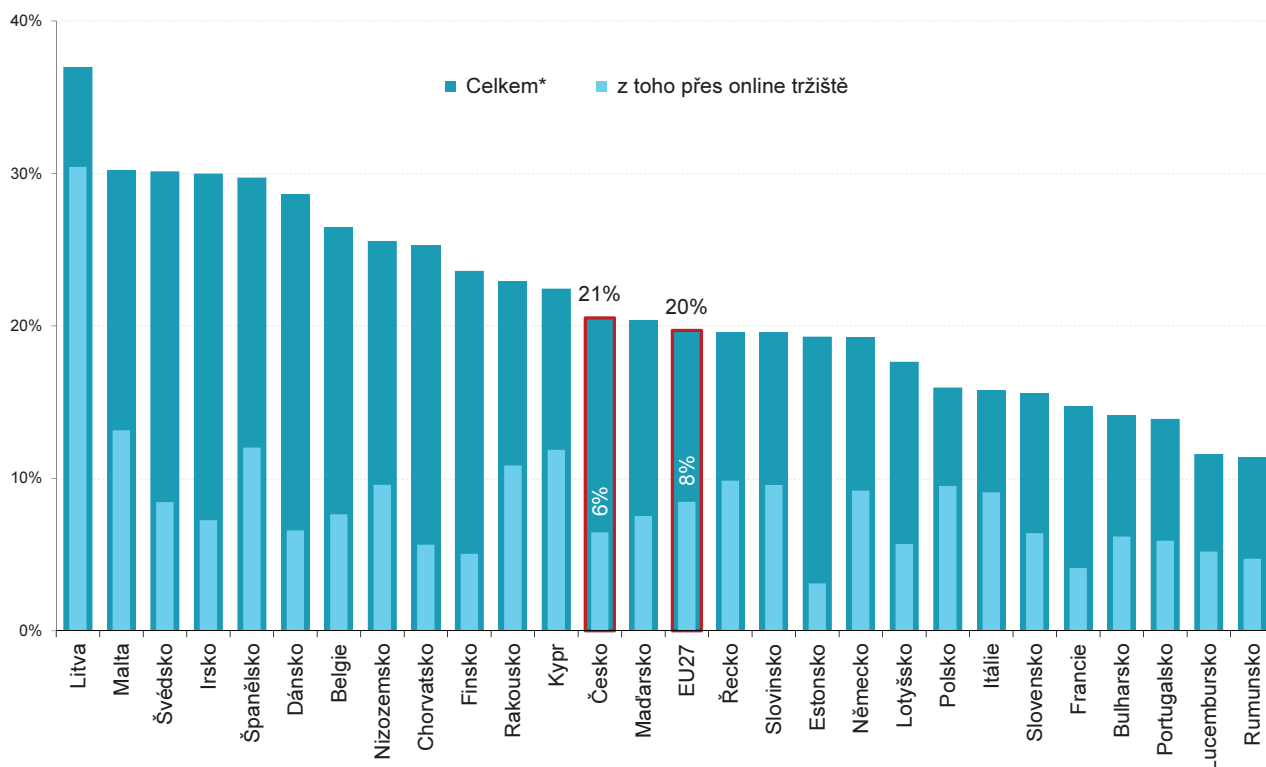
Graf 8.1: Prodej přes web, mobilní aplikace nebo online tržiště v podnicích v ČR

- podniky uskutečňující online prodeje přes web, mobilní aplikace nebo online tržiště - % z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci
- tržby z online prodejů přes web, mobilní aplikace nebo online tržiště - % z celkových tržeb podniků s 10+ zaměstnanci



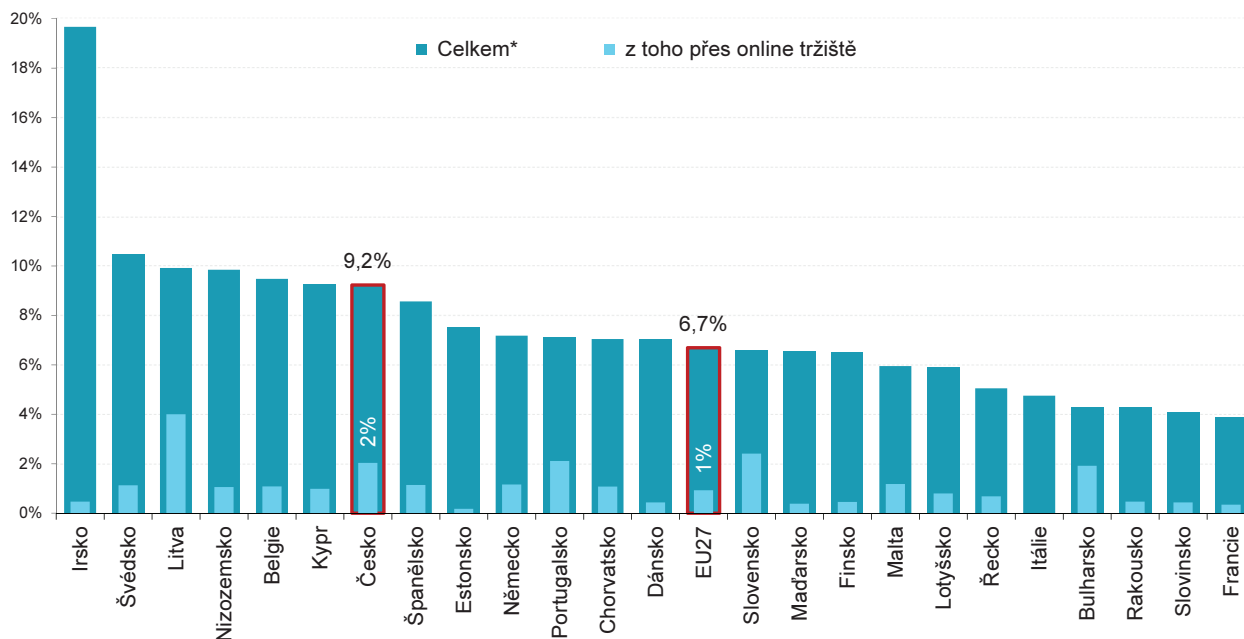
Zdroj: Český statistický úřad, 2023

Graf 8.2: Podniky v zemích EU27, které uskutečnily prodeje přes webové stránky, mobilní aplikace nebo online tržiště; 2022



* podniky dané země, které měly v průběhu roku 2022 tržby z online prodejů prostřednictvím webu/aplikaci/online tržišť
% z celkového počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané zemi zdroj dat: Eurostat, prosinec 2023

Graf 8.3: Tržby podniků v zemích EU27 z uskutečněných prodejů přes webové stránky, mobilní aplikace nebo online tržiště; 2022

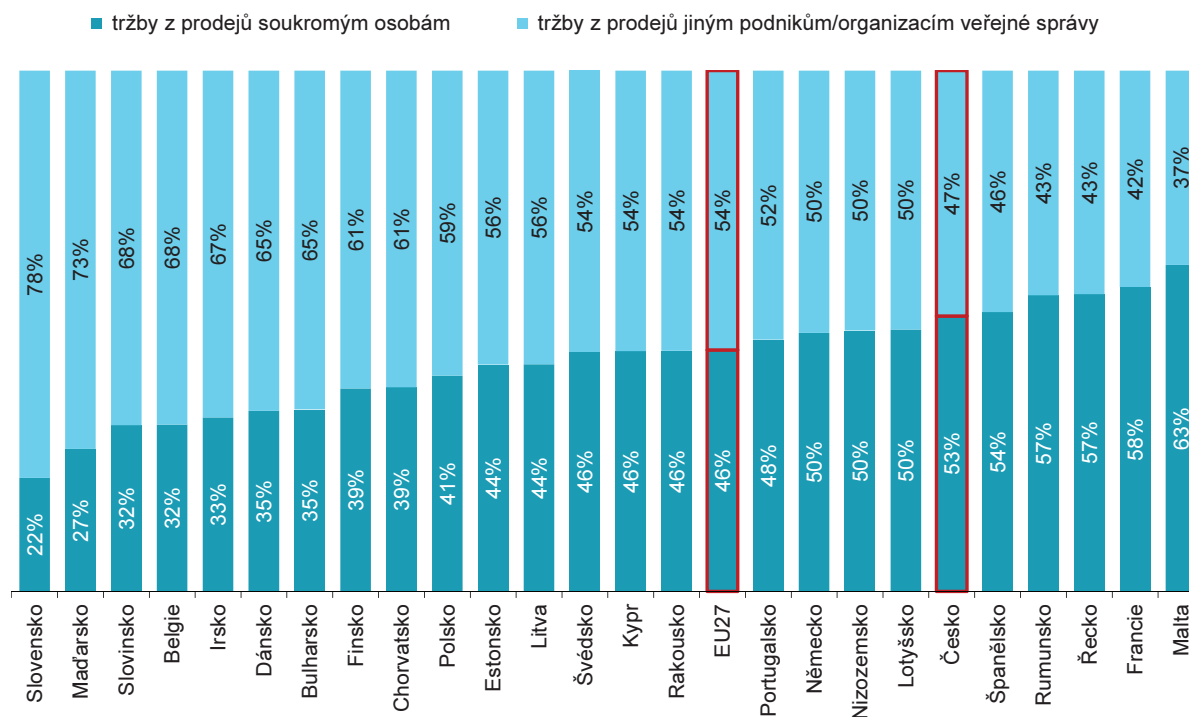


* tržby podniků dané země, které měly v průběhu roku 2022 tržby z online prodejů uskutečněných prostřednictvím webových stránek, mobilních aplikací nebo online tržišť, na jejich celkových tržbách v roce 2022

% z celkových tržeb podniků s 10 a více zaměstnanci v dané zemi

zdroj dat: Eurostat, prosinec 2023

Graf 8.4: Struktura tržeb* z webových prodejů podle typu koncových zákazníků v podnicích v zemích EU27; 2022



* % z tržeb získaných z prodejů uskutečněných přes web, mobilní aplikace nebo online tržiště soukromým osobám resp. jiným podnikům/veřejné správě, na tržbách podniků z prodejů uskutečněných přes web/aplikace/online tržiště v r. 2022

zdroj dat: Eurostat, prosinec 2023