

6. Elektronický prodej

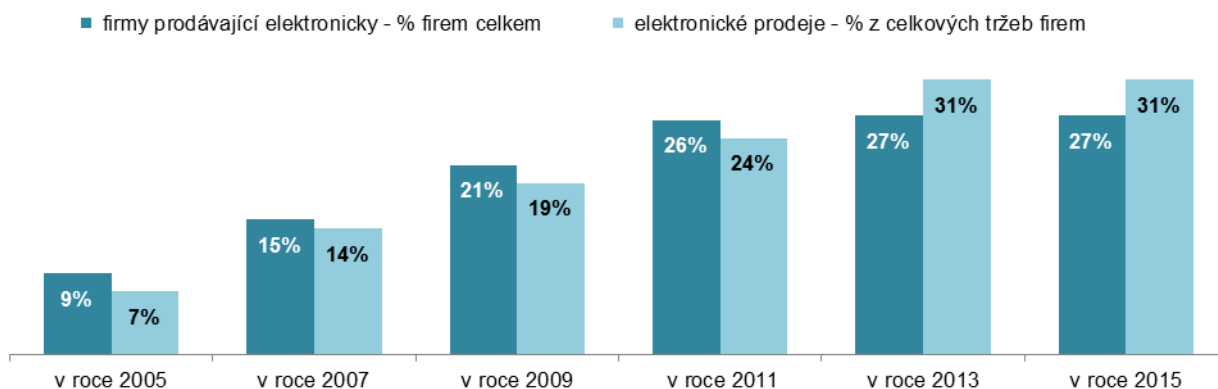
Elektronický prodej zahrnuje prodej materiálu, zboží nebo služeb přes webové stránky, aplikace nebo pomocí elektronické výměny dat probíhající přes internet či ostatní počítačové sítě (privátní mezipodnikové informační sítě). Jedná se o příjem objednávky bez ohledu na způsob platby nebo realizace dodávky.

Pozn.: otázky v této kapitole se vztahují k roku předcházejícímu šetření, tj. zde konkrétně roku 2015

Hlavní zjištění

- V roce 2015 prodávala elektronicky své zboží a/nebo služby více než čtvrtina firem. Tržby z elektronických prodejů tvořily ve stejném roce bezmála třetinu (30,5 %) jejich celkových tržeb. Mezi velikostními kategoriemi subjektů dominují i v elektronickém prodeji velké firmy. Necelá polovina z nich elektronicky prodává a dvě pětiny jejich celkových tržeb (38 %) pochází právě z e-prodejů.
- Podíl subjektů prodávajících zboží a/nebo služby přes webové stránky je dlouhodobě vyšší než podíl subjektů prodávajících zboží a/nebo služby pomocí elektronické výměny dat. Přes webové stránky prodávala v roce 2015 pětina firem, pomocí elektronické výměny dat zhruba poloviční podíl (12 %).
- Opačná je situace týkající se tržeb z těchto prodejů. Tržby z prodejů uskutečněných přes webové stránky tvořily v roce 2015 jen 7 % celkových tržeb firem, zatímco tržby získané elektronickou výměnou dat tvořily 23 % jejich celkových tržeb, tzn. více než trojnásobek tržeb prodejů přes webové stránky.
- Prodej prostřednictvím webových stránek se používá především při obchodování s koncovými zákazníky (tzv. B2C). Nepřekvapí, že je typický pro subjekty působící v oblasti velkoobchodu a maloobchodu (v roce 2015 jej používalo 34 % z nich), hojně jej využívají také cestovní agentury a kanceláře nebo firmy zabývající se činnostmi v oblasti vydavatelství, filmu a televizních programů. Z průmyslových podniků prodávají elektronicky přes webové stránky nejčastěji firmy působící v textilním a obuvnickém průmyslu.
- Elektronický prodej prostřednictvím elektronické výměny dat je typický při obchodování mezi podniky navzájem (tzv. B2B). K elektronické výměně dat přistupují především velké subjekty (v roce 2015 prodávalo zboží či služby 36 % velkých, ale pouze 10 % malých firem). Z odvětvového pohledu je e-prodej elektronickou výměnou dat dlouhodobě nejvíce rozšířen v automobilovém průmyslu (39 %).
- Za zboží či služby objednané přes webové stránky firem lze zaplatit v online nebo offline režimu. Platbu online (např. platbu kartou) umožňovalo zákazníkům v roce 2015 29 % firem prodávajících přes vlastní webové stránky. Platbu offline (např. bankovním převodem nebo dobírkou) potom 96 % z nich.
- Firmy, které prodávají přes své vlastní webové stránky, prodávají přibližně stejně často jak koncovým zákazníkům, tak dalším firmám nebo organizacím veřejné správy. Rozdíly ale najdeme v tržbách z těchto prodejů. Zatímco tržby z prodeje dalším podnikům (B2B) či organizacím veřejné správy (B2G), činily v roce 2015 70 % podíl, tržby z webových prodejů soukromým osobám (B2C) tvořily podíl sotva poloviční (29,5 %).

Graf 6.1: Elektronický prodej ve firmách v ČR



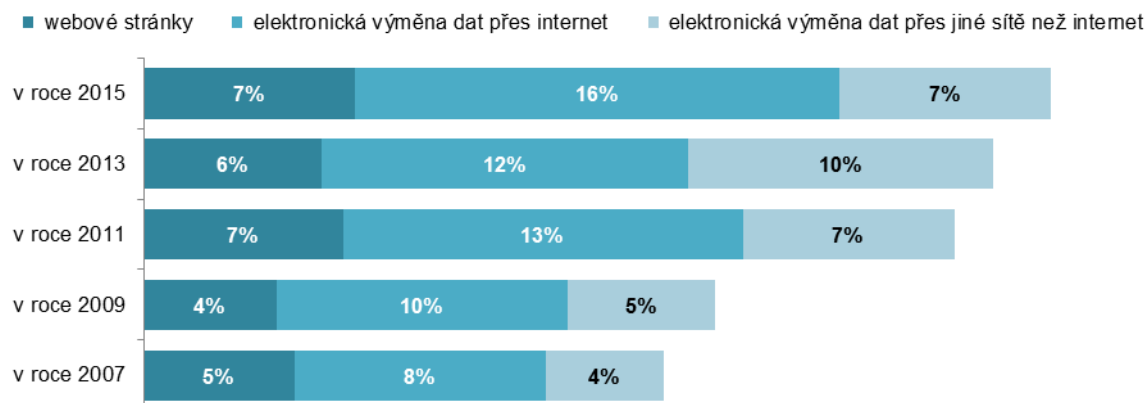
Tab. 6.1: Elektronický prodej v podnikatelském sektoru ČR v roce 2015

	Celkem		podle způsobu přijetí elektronických objednávek					
			webové stránky		elektronická výměna dat přes internet		elektronická výměna dat přes jiné sítě	
	% firem	% tržeb	% firem	% tržeb	% firem	% tržeb	% firem	% tržeb
Firmy celkem (10+)	26,5	30,5	20,2	6,9	11,1	16,3	3,9	7,4
Velikost firmy								
10–49 zaměstnanců	24,7	12,0	20,2	6,0	9,6	5,3	2,7	0,7
50–249 zaměstnanců	30,3	26,8	19,4	9,3	14,3	14,0	6,0	3,5
250 a více zaměstnanců	48,0	37,6	24,6	5,9	27,6	20,5	19,2	11,2
Odvětví (ekonomická činnost)								
Zpracovatelský průmysl	27,7	32,7	17,8	2,4	13,1	15,0	5,8	15,3
Výroba a rozvod energie, plynu, tepla	11,4	45,2	7,9	1,6	5,1	42,4	1,9	1,2
Stavebnictví	11,2	2,2	6,4	1,1	5,9	1,1	0,7	0,1
Obchod; opravy motorových vozidel	39,7	31,2	34,3	14,5	15,2	14,1	4,8	2,6
Doprava a skladování	15,0	28,5	9,1	12,5	10,1	14,6	3,7	1,4
Ubytování, stravování a pohostinství	32,1	15,9	30,4	11,3	7,6	4,2	2,0	0,4
Informační a komunikační činnosti	42,0	22,0	36,3	14,2	14,8	5,9	3,7	1,8
Činnosti v oblasti nemovitostí	15,1	8,1	12,5	4,3	4,4	3,2	1,0	0,6
Profesní, vědecké a technické čin.	17,3	5,8	12,5	2,5	7,5	2,5	2,7	0,8
Administrativní a podpůrné činnosti	22,3	29,9	18,0	13,5	7,6	14,4	2,6	2,4

Tab. 6.2: Elektronický prodej v podnikatelském sektoru ČR prostřednictvím webových stránek, 2015

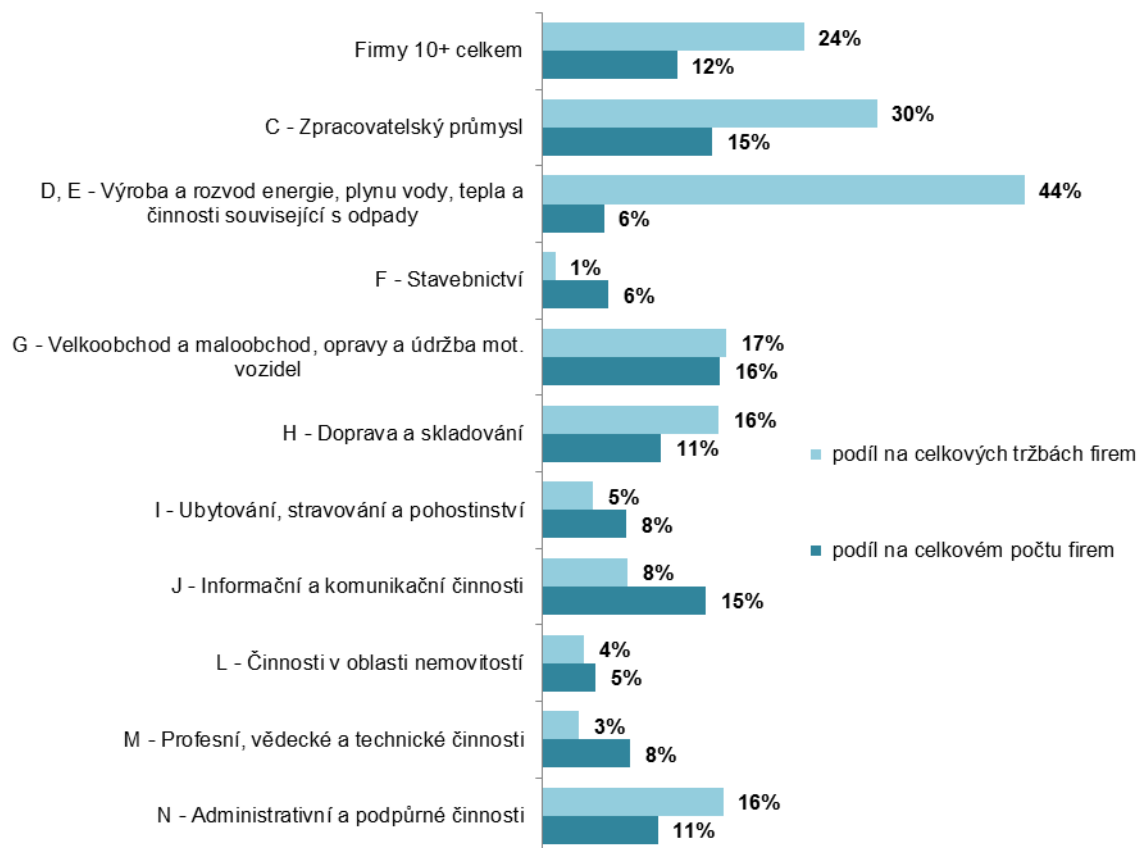
	elektronické prodeje podle typu zákazníka		tržby podle typu zákazníka		firmy umožňující platbu:	
	B2C	B2B nebo B2G	B2C	B2B nebo B2G	online	offline
	% firem prodávajících přes webové stránky		% tržeb z prodeje přes webové stránky		% firem prodávajících přes webové stránky	
Firmy celkem (10+)	85,2	83,0	29,5	70,5	29,5	95,5
Velikost podniku						
10–49 zaměstnanců	86,8	83,1	41,0	59,0	27,6	95,5
50–249 zaměstnanců	80,2	82,8	14,9	85,1	35,6	95,9
250 a více zaměstnanců	75,8	83,0	38,3	61,7	38,9	94,8
Odvětví (ekonomická činnost)						
Zpracovatelský průmysl	79,7	85,2	30,4	69,6	24,3	95,1
Výroba a rozvod energie, plynu, tepla	66,4	90,2	13,8	86,2	8,3	96,7
Stavebnictví	91,4	70,2	53,7	46,3	0,0	100,0
Obchod; opravy motorových vozidel	89,5	84,5	25,4	74,6	33,9	96,8
Doprava a skladování	84,9	91,6	17,0	83,0	27,8	99,2
Ubytování, stravování a pohostinství	99,5	73,7	62,9	37,1	36,1	90,0
Informační a komunikační činnosti	75,1	87,9	58,9	41,1	38,5	96,4
Činnosti v oblasti nemovitostí	77,3	76,2	79,1	20,9	18,7	100,0
Profesní, vědecké a technické čin.	76,9	86,9	41,1	58,9	20,7	99,7
Administrativní a podpůrné činnosti	62,2	76,5	41,4	58,6	27,9	83,5

Graf 6.2: Tržby z elektronického prodeje firem v ČR podle použité počítačové sítě

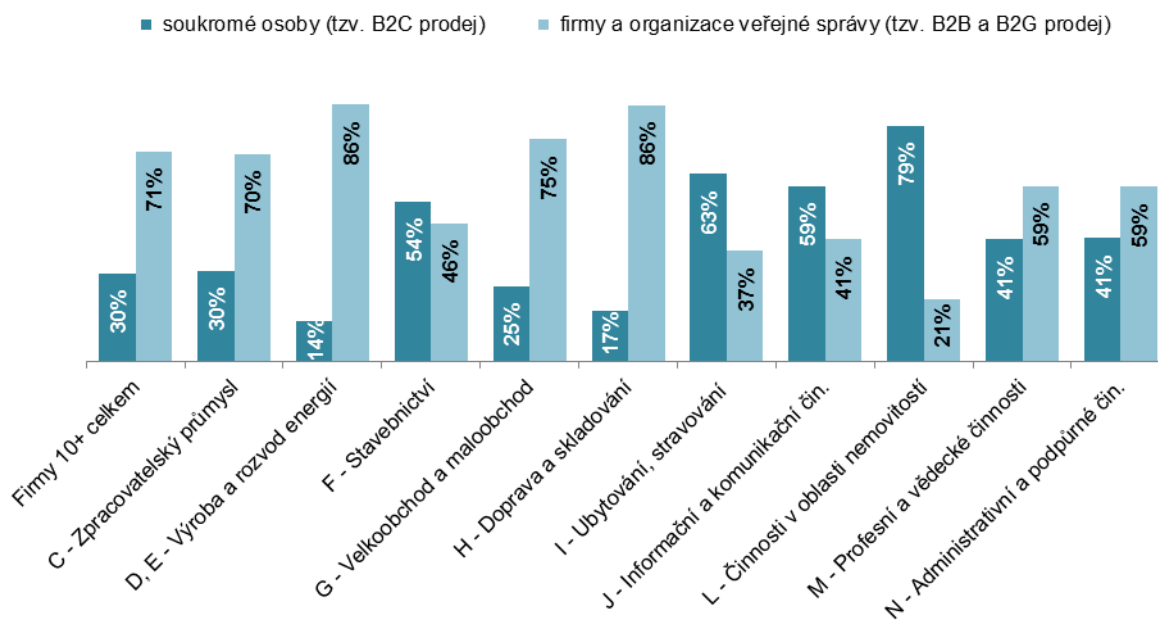


podíl na celkových tržbách firem v daném roce (v %)

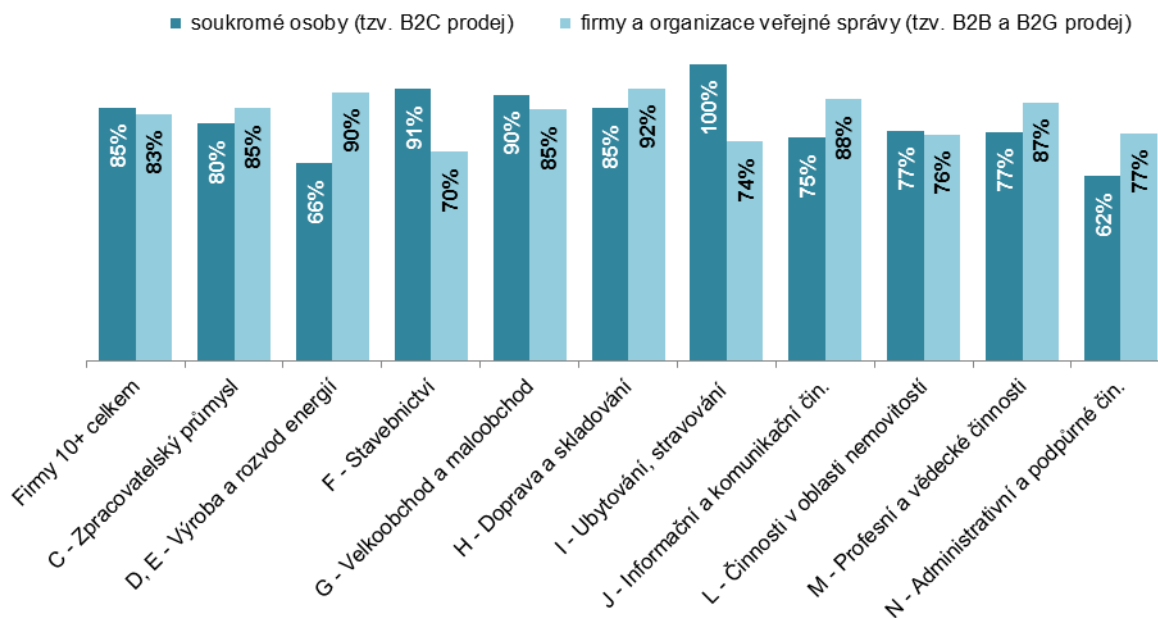
Graf 6.3: Elektronický prodej pomocí elektronické výměny dat ve firmách v ČR v roce 2015 (rozdíly podle vybraných odvětví)



Graf 6.4: Tržby z elektronického prodeje prostřednictvím webových stránek podle typu zákazníků (rozdíly podle vybraných odvětví) v roce 2015



Graf 6.5: Elektronický prodej prostřednictvím webových stránek podle typu zákazníků (rozdíly podle vybraných odvětví) v roce 2015



podíl na celkovém počtu firem prodávajících přes webové stránky (v %)

Zdroj: Český statistický úřad 2016