## 11. 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. Jedná se o příjem objednávky bez ohledu na způsob platby nebo realizace dodávky. Nezahrnují se sem prodeje uskutečněné prostřednictvím ručně psaných e-mailů.

**B2C (Business-to-Customer)** znamená obchodování s koncovými zákazníky (soukromými osobami).

**B2B (Business-to-Business)** znamená obchodování mezi podniky navzájem.

**B2G (Business-to-Government)** znamená obchodování s organizacemi veřejné správy.

**Elektronická tržiště (on-line tržiště; e-marketplaces)** představují obchodní portály, jejichž provozovatelem je obvykle společnost nezávislá na účastnících obchodování. Tento provozovatel je zprostředkovatelem, který spojuje poptávku s nabídkou a umožňuje oběma stranám vyjednat podmínky obchodu. Příkladem může být portál Aukro.cz

*Pozn.:* ***otázky v této kapitole se vztahují k roku předcházejícímu šetření, tj. zde konkrétně k roku 2016***

## Hlavní zjištění

* V roce 2016 **prodávala elektronicky** své zboží a/nebo služby přibližně čtvrtina firem. Ve stejném roce se **tržby z elektronických prodejů** na celkových tržbách podniků s 10 a více zaměstnanci podílely již téměř třetinou (31 %) – v porovnání s necelou čtvrtinou před čtyřmi lety. Mezi velikostními kategoriemi subjektů dominují i v elektronickém prodeji velké firmy. Polovina z nich elektronicky prodává a více než dvě pětiny jejich celkových tržeb (43 %) pochází právě z e-prodejů.
* V podílu tržeb realizovaných z e-prodejů se české firmy s deseti a více zaměstnanci umístily, po Irsku a Belgii, **na třetím místě** (údaj za rok 2015)[[1]](#footnote-1).
* 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** (EDI). Přes webové stránky prodávala v roce 2016 pětina firem (19 %), pomocí elektronické výměny dat poloviční podíl (10 %).
* Opačná je situace týkající se tržeb z těchto prodejů. Tržby z prodejů uskutečněných přes webové stránky tvořily v roce 2016 jen 9 % celkových tržeb firem, zatímco **tržby získané elektronickou výměnou dat** tvořily 23 % jejich celkových tržeb, tzn. **dvou a půl násobek tržeb z prodejů přes webové stránky**.
* K prodeji prostřednictvím elektronické výměny dat přistupují především velké subjekty (v roce 2016 prodávalo zboží či služby 36 % velkých, ale pouze 7 % malých firem, což je pětkrát menší podíl). Z odvětvového pohledu je e-prodej elektronickou výměnou dat **dlouhodobě nejvíce rozšířen v automobilovém průmyslu** (39 % v roce 2016). S odstupem následují firmy vyrábějící počítače a jiná elektronická zařízení a telekomunikační firmy (e-prodej přes EDI využívalo shodně 22 % v roce 2016).
* Firmy, které prodávají přes 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 2016 60 % podíl, tržby z **webových prodejů soukromým osobám (B2C)** tvořily 40 % z celkových webových tržeb firem.
* Mezi firmy, které častěji prodávají koncovým zákazníkům (B2C) než jiným firmám či veřejné správě (B2B, B2G) patří ty, které poskytují ubytování, stravovací služby, dále pak firmy působící v maloobchodě, v telekomunikačních činnostech, v  oblasti nemovitostí a také cestovní agentury a kanceláře. Na e-prodej dalším firmám nebo organizacím veřejné správy se častěji než na B2C prodej zaměřují firmy ze zpracovatelského průmyslu, subjekty vyrábějící a distribuující energie a IT firmy. Potvrzují to i rozdíly v tržbách z prodejů B2C resp. B2B a B2G. Nejvyšší tržby z B2B a B2G prodejů byly v roce 2016 v energetice (Výroba a rozvod energií a vody), nejvyšší tržby z B2C prodejů byly naproti tomu v ubytování, stravování a ve stavebnictví.
* Firmy prodávající přes webové stránky prodávají **téměř výhradně přes své vlastní webové stránky** či aplikace (98 %). Jen 14 % firem uskutečňuje webové prodeje přes **tzv. on-line tržiště** (e-marketplaces). Tržby z webových prodejů přes vlastní webové stránky firem kopírují tento trend: z celkových webových tržeb představují tržby z e-prodejů přes vlastní firemní weby více než 95 %, tržby z e-prodejů uskutečněných v roce 2016 přes elektronická tržiště tvořily necelých 5 % celkových webových tržeb.
* Téměř všechny firmy prodávající přes webové stránky prodaly v roce 2016 své produkty či služby zákazníkům z ČR (99 %), polovina uskutečnila elektronický prodej do ostatních zemí EU (49 %) a 16 % prodalo zákazníkům do zemí mimo EU. Tržby z elektronických prodejů přes webové stránky byly pochopitelně nejvyšší za prodané produkty a služby zákazníkům z ČR (tvořily 79 % z celkových tržeb uskutečněných přes webové stránky). Tržby z webového prodeje zákazníkům z ostatních zemí EU v roce 2016 tvořily 17 % a tržby z e-prodejů zákazníkům ze zemí mimo EU byly nejméně významné (4 %).
* V posledním šetření byly firmy, které elektronicky prodávaly do ostatních zemí EU, dotázány, zda se při tomto prodeji setkaly s nějakými problémy. V roce 2016 bylo takových případů 57 % a nejčastěji zmiňovanou překážkou byly vysoké náklady související s dopravou zboží / s dodáním služeb, případně s vracením zboží v rámci reklamací. Tento problém zmínilo 43 % subjektů prodávajících přes webové stránky své produkty nebo služby zákazníkům z ostatních členských států EU (kromě ČR). Druhým nejčastěji uváděným problémem byla nutnost přizpůsobení výrobků resp. jejich obalů (uvedlo 26 %). Pětina firem uváděla při elektronickém prodeji do ostatních zemí EU problémy související s řešením stížností nebo sporů, 12 % nedostatečnou znalost cizích jazyků pro komunikaci se zahraničními zákazníky a desetina firem viděla jako problém omezení ze strany jejich obchodních partnerů, týkající se webového prodeje do ostatních zemí EU.

**Tab. 11.1: Elektronický prodej v podnikatelském sektoru ČR v roce 2016**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 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+)** | **23,9**  | **31,1**  | **19,1**  | **8,6**  | **8,9**  | **12,9**  | **3,6**  | **9,6**  |
| **Velikost firmy** |   |   |   |   |   |   |   |   |
|  10–49 zaměstnanců | 20,9  | 11,6  | 18,0  | 5,9  | 6,9  | 4,3  | 2,2  | 1,5  |
|  50–249 zaměstnanců | 31,8  | 19,5  | 22,4  | 6,8  | 13,5  | 9,0  | 6,0  | 3,6  |
|  250 a více zaměstnanců | 49,3  | 42,9  | 27,0  | 10,3  | 28,1  | 17,5  | 18,6  | 15,1  |
| **Odvětví (ekonomická činnost)** |   |   |   |   |   |   |   |   |
|  Zpracovatelský průmysl | 24,4  | 40,8  | 15,3  | 6,8  | 10,9  | 14,3  | 5,9  | 19,8  |
|  Výroba a rozvod energie, plynu, tepla | 11,0  | 39,6  | 8,4  | 4,5  | 3,4  | 33,5  | 1,5  | 1,6  |
|  Stavebnictví | 8,2  | 1,8  | 6,9  | 0,7  | 2,4  | 1,0  | 0,0  | 0,0  |
|  Obchod a opravy motorových vozidel | 30,0  | 30,7  | 27,1  | 14,4  | 10,5  | 11,8  | 3,6  | 4,5  |
|  Velkoobchod | 42,4  | 27,5  | 37,4  | 13,0  | 17,7  | 11,9  | 4,7  | 2,6  |
|  Maloobchod | 34,7  | 17,0  | 32,8  | 14,2  | 8,7  | 2,4  | 3,5  | 0,3  |
|  Doprava a skladování | 15,5  | 17,7  | 10,0  | 8,6  | 8,3  | 7,8  | 2,9  | 1,2  |
|  Ubytování | 61,6  | 29,6  | 60,0  | 22,6  | 14,9  | 6,2  | 4,6  | 0,8  |
|  Stravování a pohostinství | 21,4  | 5,6  | 20,9  | 4,4  | 3,0  | 1,0  | 1,0  | 0,2  |
|  Činnosti cestovních agentur a kanceláří | 65,8  | 47,4  | 63,4  | 41,7  | 16,5  | 4,5  | 5,7  | 1,2  |
|  Audiovizuální činnosti; vydavatelství | 61,4  | 28,2  | 59,3  | 23,2  | 15,6  | 4,8  | 4,8  | 0,3  |
|  Telekomunikační činnosti | 56,4  | 31,7  | 53,5  | 15,6  | 22,3  | 11,4  | 4,2  | 4,7  |
|  Činnosti v oblasti IT | 31,9  | 23,5  | 27,5  | 14,6  | 12,9  | 8,7  | 4,2  | 0,2  |
|  Činnosti v oblasti nemovitostí | 10,9  | 4,4  | 10,0  | 2,4  | 2,1  | 1,8  | 0,8  | 0,3  |
|  Profesní, vědecké a technické činnosti | 14,1  | 8,7  | 10,4  | 2,3  | 3,8  | 5,1  | 2,1  | 1,3  |
|  Ostatní administrativní a podpůrné činnosti | 11,3  | 21,7  | 8,8  | 6,2  | 4,4  | 11,6  | 2,0  | 3,9  |

**Graf 11.1: Elektronický prodej ve firmách v ČR**

**Graf 11.2: Tržby z elektronického prodeje firem v ČR podle použité počítačové sítě**

*podíl na celkových tržbách firem v daných letech*

**Graf 11.3: Elektronický prodej firem v ČR v roce 2016 podle zemí, kam byly elektronické objednávky dodávány**

*podíl na celkovém počtu firem v dané velikostní skupině*

**Graf 11.4: Firmy v zemích EU prodávající přes webové stránky v roce 2015**

*\*firmy dané země, které v průběhu roku 2015 obdržely alespoň jednu elektronickou objednávku prostřednictvím webových stránek*

*podíl na celkovém počtu firem s 10 a více zaměstnanci v dané zemi; z*droj dat: Eurostat, prosinec 2016

**Tab. 11.2: Elektronický prodej v podnikatelském sektoru ČR prostřednictvím webových stránek, 2016**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Firmy prodávající přes webové stránky zákazníkům: | Tržby podle typu zákazníka | Firmy prodávající elektronicky přes: | Tržby podle způsobu prodeje |
| B2C | B2B či B2G | B2C | B2B či B2G | vlastní web.str. | tzv. on-linetržiště | přes vlastní web.str. | přes tzv. on-linetržiště |
| % firem prodávajících přes webové stránky | % tržeb z prodeje přes webové stránky | % firem prodávajících přes webové stránky | % tržeb z prodeje přes webové stránky |
| **Firmy celkem (10+)** | **81,3**  | **84,2**  | **39,7**  | **60,3**  | **97,5**  | **14,3**  | **95,2**  | **4,8**  |
| **Velikost firmy** |   |   |   |  |   |   |   |   |
|  10–49 zaměstnanců | 83,2  | 82,8  | 35,1  | 64,9  | 97,6  | 14,3  | 95,0  | 5,0  |
|  50–249 zaměstnanců | 77,1  | 89,3  | 24,7  | 75,3  | 97,4  | 14,3  | 89,8  | 10,2  |
|  250 a více zaměstnanců | 71,6  | 84,8  | 45,3  | 54,7  | 96,7  | 14,7  | 97,0  | 3,0  |
| **Odvětví (ekonomická činnost)** |   |   |   |  |   |   |   |   |
|  Zpracovatelský průmysl | 75,1  | 88,6  | 52,3  | 47,7  | 96,3  | 7,5  | 97,7  | 2,3  |
|  Výroba a rozvod energie, plynu, tepla | 77,4  | 90,6  | 6,1  | 93,9  | 98,6  | 9,4  | 93,9  | 6,1  |
|  Stavebnictví | 82,9  | 88,1  | 61,1  | 38,9  | 94,4  | 11,1  | 94,7  | 5,3  |
|  Obchod a opravy motorových vozidel | 84,7  | 94,5  | 20,1  | 79,9  | 96,9  | 16,7  | 91,6  | 8,4  |
|  Velkoobchod | 77,3  | 84,8  | 16,2  | 83,8  | 97,8  | 11,5  | 97,2  | 2,8  |
|  Maloobchod | 94,9  | 75,7  | 75,3  | 24,7  | 99,8  | 14,6  | 94,8  | 5,2  |
|  Doprava a skladování | 72,2  | 79,6  | 24,0  | 76,0  | 97,8  | 23,0  | 95,7  | 4,3  |
|  Ubytování | 100,0  | 81,7  | 71,9  | 28,1  | 98,0  | 43,0  | 62,5  | 37,5  |
|  Stravování a pohostinství | 92,6  | 75,1  | 61,5  | 38,5  | 93,2  | 19,6  | 83,3  | 16,7  |
|  Činnosti cestovních agentur a kanceláří | 94,8  | 69,1  | 70,5  | 29,5  | 98,9  | 16,4  | 93,9  | 6,1  |
|  Audiovizuální činnosti; vydavatelství | 80,7  | 87,2  | 59,7  | 40,3  | 100,0  | 6,3  | 99,5  | 0,5  |
|  Telekomunikační činnosti | 95,1  | 75,2  | 64,7  | 35,3  | 97,5  | 10,4  | 98,2  | 1,8  |
|  Činnosti v oblasti IT | 56,5  | 93,9  | 18,7  | 81,3  | 98,9  | 22,9  | 88,8  | 11,2  |
|  Činnosti v oblasti nemovitostí | 87,8  | 77,4  | 55,8  | 44,2  | 100,0  | 11,2  | 54,6  | 45,4  |
|  Profesní, vědecké a technické činnosti | 78,6  | 79,3  | 26,9  | 73,1  | 100,0  | 14,1  | 92,0  | 8,0  |
|  Ostatní administrativní a podpůrné činnosti | 77,6  | 88,7  | 16,1  | 83,9  | 99,3  | 8,9  | 65,4  | 34,6  |

**Graf 11.5: Problémy, které v roce 2016 nastaly firmám prodávajícím přes webové stránky zákazníkům ze zemí mimo EU**

*podíl na celkovém počtu firem prodávajících přes webové stránky zákazníkům z ostatních zemí EU*

**Graf 11.6: Elektronický prodej ve firmách v ČR s 10 – 49 zaměstnanci v roce 2016 podle způsobu přijetí
 elektronických objednávek podle odvětví**

*podíl na celkovém počtu firem s 10-49 zaměstnanci v dané odvětvové skupině*

Zdroj: Český statistický úřad 2017

1. Poslední dostupná data týkající se elektronického obchodování v mezinárodním srovnání členských států EU28 byla v době zpracování této publikace za rok 2015 (data o elektronickém obchodování se vztahují k roku předcházejícímu tomuto šetření). Jejich zdrojem je databáze Eurostatu: [http://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/comprehensive-database](http://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/comprehensive-database%20%20)  [↑](#footnote-ref-1)