

# Statistiky E-commerce

Podnikání na Internetu



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ**

**Ing. Radim Dolák, Ph.D.**

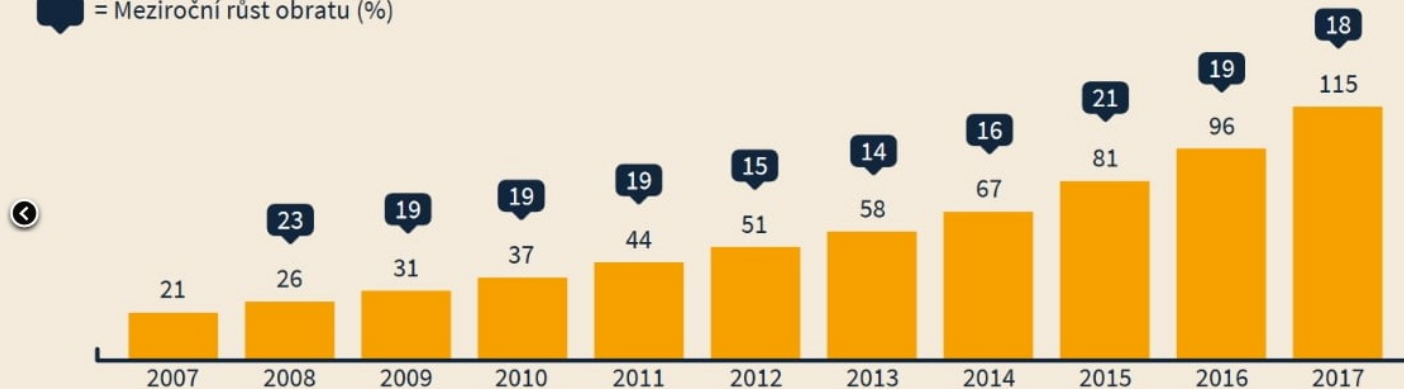
Seminář

31. 2. 2009

## 2007 - 2017 - ČESKÁ E-COMMERCE

### OBRAT E-SHOPŮ (MLD KČ)

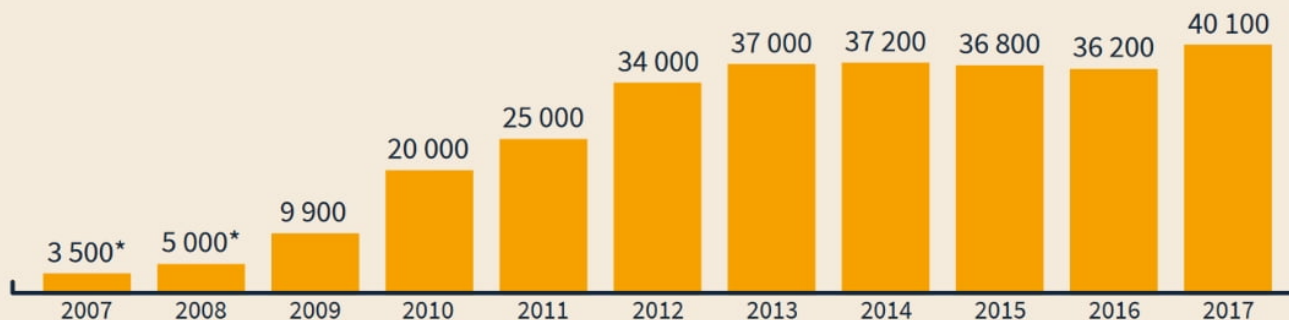
 = Meziroční růst obratu (%)





## 2007 - 2017 - ČESKÁ E-COMMERCE

### POČET E-SHOPŮ



## 2007 - 2017 - ČESKÁ E-COMMERCE

### PLATEBNÍ METODY (%)



Dobírka



Bankovní  
převod



Platba na  
odběrném  
místě



Online  
kartou

# Statistiky E-commerce 2018-2021

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Obrat e-commerce v Česku

| rok                   | <u>2018</u> | <u>2019</u> | <u>2020</u> | 2021 |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|------|
| obrat v miliardách Kč | 135         | 155         | 195         | 223  |
| meziroční růst        | 17 %        | 15 %        | 26 %        | 14 % |

Zdroj: Heureka, Asociace pro elektronickou komerci (APEK)

---



- ❑ Meziroční růst e-commerce v Česku v roce 2021 zpomalil na 14 %
  - ❑ Tuzemská e-commerce se loni vrátila k tempu růstu z roku 2019, posledního před pandemií.
  - ❑ Podíl e-commerce na českém maloobchodě se v roce 2021 zvýšil na 17 %, v roce 2030 může tvořit až čtvrtinu
  - ❑ „Podíl e-commerce na maloobchodu ČR roste každým rokem.
  - ❑ V roce 2021 se prodej zboží po internetu vyšplhal již na 17 % z celku.
  - ❑ To znamená navýšení o jeden procentní bod oproti roku 2020.
  - ❑ Tempo, jakým význam elektronického prodeje roste, ale získáme při větším pohledu do minulosti. Například v roce 2005 byl totiž podíl on-line prodeje na českém maloobchodě jen 1,6 %,“ komentuje výsledky výkonný ředitel APEK Jan Vetyška.
-



- ❑ **Minus dvanáct procent a propad pod 200 miliard korun. Česká e-commerce poprvé v historii klesla.**
  - ❑ **Podle dat Heureka a Asociace pro elektronickou komerci se loni poprvé v Česku snížil také počet e-shopů na úroveň lehce přes 50 tisíc.**
  - ❑ **Celkem za rok 2022 online obchodníci utržili 197 miliard korun, což je meziroční pokles o dvanáct procent. Vyplývá to z dat společnosti Heureka a Asociace pro elektronickou komerci (APEK).**
-



- ❑ Z dat tedy vyplývá, že zatímco v roce 2019 e-commerce meziročně rostla o 15 procent, v roce 2020 o závratných 26 procent a předloni o 14 procent, loni nastal propad o 12 procent.
  - ❑ V prvním „covidovém“ roce 2020 tuzemské e-shopy dohromady dosáhly obrátu jen těsně pod hranicí 200 miliard korun, o rok později to bylo 223 miliard. V roce 2021 se však růst e-commerce zastavil, a to vůbec poprvé ve své historii.
  - ❑ Z hlediska průběhu minulého roku zaznamenaly e-shopy v prvním kvartálu pokles o 25 procent, během druhého a třetího kvartálu se pak obrat e-commerce pohyboval jen jednotky procent pod úrovní předešlého roku.
  - ❑ Citelné ochlazení přišlo až na podzim a provázelo i start vánočních nákupů.
-



# Statistiky E-commerce – hlavní výhody nakupování



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**HLAVNÍ VÝHODA NÁKUPU NA E-SHOPU OPROTI  
KAMENNÉMU OBCHODU Z POHLEDU SPOTŘEBITELŮ**  
(základ: Nakupují na internetu alespoň jednou za rok)

**%**  
RESPONDENTŮ

|   | 2019 | 2021 |
|---|------|------|
| Úspora času   | 25,1 | 23,6 |
| Výhodnější ceny   | 23,9 | 19,4 |
| Možnost objednání zboží kdykoli   | 19,3 | 17,4 |
| Pohodlné dodání (domů, do kanceláře apod.)                                  | 11,8 | 12,7 |
| Možnost snadného srovnání nabídek jednotlivých obchodů                      | 13,5 | 12,6 |
| Široká dostupnost a flexibilita pro převzetí zboží (na výdejně/v boxu atd.) | -    | 5,3  |
| Nevnímám žádné výhody nákupu na e-shopu oproti kamenn. obchodu              | 1,0  | 2,5  |
| Hodnocení kvality nabízených produktů ostatními uživateli                   | 1,5  | 2,1  |
| Jiné  | 1,0  | 2,0  |
| Hodnocení spolehlivosti obchodů ostatními uživateli                         | 2,0  | 1,7  |
| Bezpečnost z hlediska hygieny   | -    | 0,6  |

Zdroj: APEK, Nielsen Admosphere, 2021

# Statistiky E-commerce – způsoby platby



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ



**NEJČASTĚJŠÍ ZPŮSOB PLATBY NA INTERNETU  
ZA POSLEDNÍCH 12 MĚSÍCŮ Z POHLEDU SPOTŘEBITELŮ**  
(základ: Nakupují na internetu alespoň jednou za rok)

**%** RESPONDENTŮ

|  | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Platební kartou přes internet  | <b>39</b>   | <b>42,1</b> | <b>46,5</b> | <b>45,7</b> |
| Bankovním převodem   | <b>22</b>   | <b>18,4</b> | <b>18,0</b> | <b>15,1</b> |
| Na dobírku hotově  | <b>15</b>   | <b>14,0</b> | <b>9,3</b>  | <b>9,2</b>  |
| Na dobírku kartou (při převzetí zboží)                                     | <b>6</b>    | <b>7,1</b>  | <b>8,4</b>  | <b>8,6</b>  |
| Platba při osobním odběru kartou   | <b>5</b>    | <b>5,4</b>  | <b>4,9</b>  | <b>5,1</b>  |
| Platba při osobním odběru zboží hotově                                     | <b>9</b>    | <b>6,4</b>  | <b>4,5</b>  | <b>4,5</b>  |
| Prostřednictvím vlastního účtu na platebním systému (např. PayPal, PaySec) | <b>3</b>    | <b>4,4</b>  | <b>4,1</b>  | <b>4,3</b>  |
| Google Pay   | <b>-</b>    | <b>0,7</b>  | <b>1,9</b>  | <b>3,7</b>  |
| Apple Pay  | <b>-</b>    | <b>0,3</b>  | <b>0,9</b>  | <b>2,6</b>  |
| Mobito, MasterCard Mobile  | <b>-</b>    | <b>0,8</b>  | <b>1,2</b>  | <b>0,7</b>  |
| Prostřednictvím tzv. odložené platby                                       | <b>-</b>    | <b>0,1</b>  | <b>0,1</b>  | <b>0,4</b>  |
| Na splátky (úvěrem, leasingem)   | <b>-</b>    | <b>0,1</b>  | <b>0,1</b>  | <b>0,1</b>  |
| Jiné/nesledováno   | <b>-</b>    | <b>0,2</b>  | <b>0,1</b>  | <b>0,1</b>  |

Zdroj: APEK, Nielsen Admosphere, 2018, 2019, 2020, 2021

# Statistiky E-commerce – četnost nákupů



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ

## JAK ČASTO NAKUPUJÍ ČEŠI NA INTERNETU

**% , 2021**

Alespoň jednou měsíčně

**32,5**

Alespoň jednou za čtvrt roku

**17,9**

Alespoň jednou za 14 dní

**17,0**

Alespoň jednou za týden

**9,8**

Méně často (ale mám zkušenost s nákupem na internetu)

**8,6**

Alespoň jednou za půl roku

**8,2**

Alespoň jednou za rok

**4,4**

Nikdy jsem na internetu nenakupoval

**1,7**

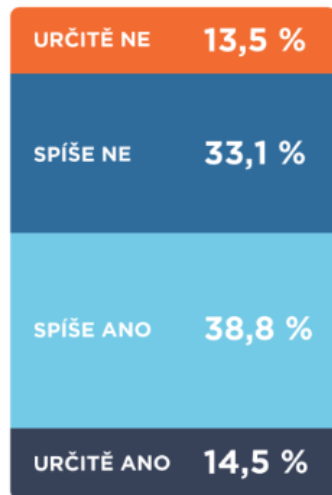
Zdroj: APEK, Nielsen Admosphere, 2021

# Statistiky E-commerce – vliv koronavirové krize



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

NAKUPUJI  
V E-SHOPECH  
ČASTĚJI



V NAKUPOVÁNÍ  
V E-SHOPECH  
BUDU POKRAČOVAT  
I PO SKONČENÍ  
KORONAVIROVÉ KRIZE



Jak Vás ovlivnila koronavirová krize  
ve vztahu k nakupování obecně?

Základ: Chystají se nakoupit nebo už nakoupili vánoční dárky na internetu

Zdroj: APEX, Nielsen Admosphere, 2021

# Statistiky E-commerce – nákupy přes mobilní zařízení



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ



Nakoupil/a jste již na internetu  
prostřednictvím mobilního  
zařízení?



# Statistiky E-commerce – mzdy u vybraných pozic



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



PRŮMĚRNÁ MĚSÍČNÍ MZDA  
U VYBRANÝCH POZIC



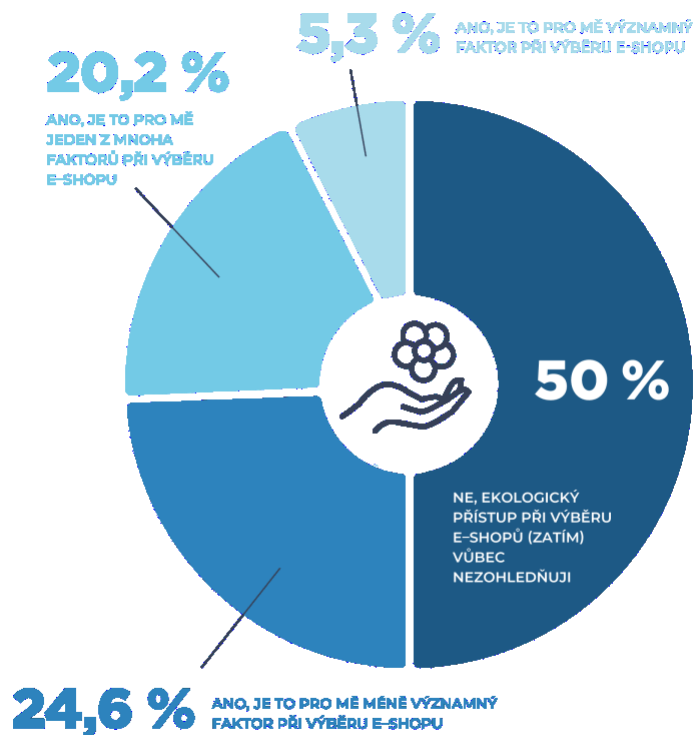
|                              | 2018   | 2019   | 2020   |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| Marketing Specialista        | 47 900 | 52 668 | 77 404 |
| PPC                          | 47 500 | 64 614 | 64 721 |
| Sociální sítě                | 39 100 | 46 213 | 33 371 |
| Copywriting                  | 36 000 | 36 709 | 36 920 |
| Online marketing Specialista | 47 900 | 58 326 | 70 133 |
| Analytik                     | 63 800 | -      | 80 365 |
| IT/vývoj                     | -      | 72 447 | 86 334 |
| Produkt/projekt              | -      | 79 374 | 93 350 |
| E-commerce specialista       | -      | 62 300 | 75 688 |
| UX                           | 75 500 | -      | 91 510 |
| E-mailing                    | 34 400 | -      | 45 871 |

„Přímá zaměstnanost v internetových obchodech přesahuje 85 tisíc zaměstnanců. Připočítáme-li také navázané služby v čele s logistikou, zjistíme, že e-commerce zajišťuje v ČR práci více než 120 tisícům lidí.“

# Statistiky E-commerce – faktor ekologie



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



Břesec: Hlavní nákupující v rámci domácnosti / 520 respondentů  
Zdroj: Nielsen, 2021

<https://exec.shopsys.cz/vyzkum>

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Jak se staví e-shopy na míru

Pokud hledáte dodavatele pro řešení e-shopu na míru, můžete se obrátit až na **242** českých a slovenských agentur. V čem se jednotlivé agentury liší? Zmapovali jsme celý trh a přinášíme informace o tom, jak velké e-shopy se staví, jak dlouho jejich stavba trvá, jaké technologie agentury využívají nebo kolik investují do vývoje svých platforem.

---



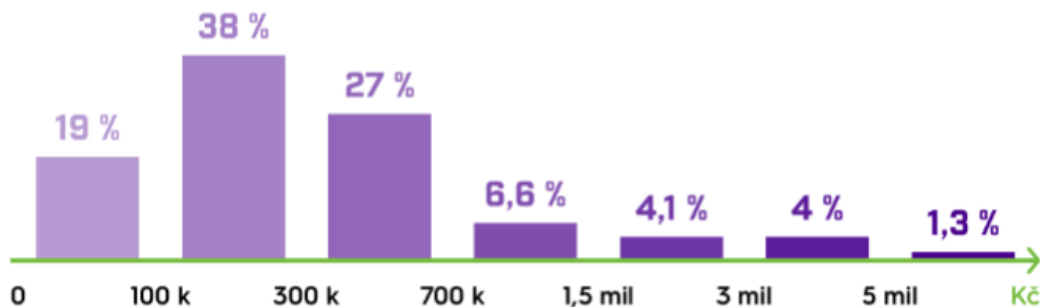


Agentury nabízející řešení na míru



V Česku a na Slovensku existuje 242 agentur, které nabízejí e-shopové řešení na míru

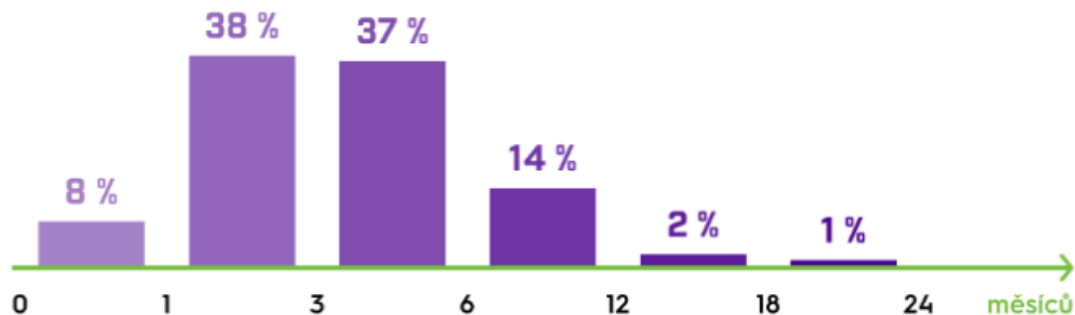
### Velikost typické zakázky



### Skutečně individuální řešení dělá jen několik málo agentur

Téměř 60 % agentur vytváří e-shopy na míru za cenu do 300 000 Kč. Za tuto částku je nereálné nabídnout řešení skutečně na míru. Ty začínají ve vyšších stovkách tisíc až milionech. Agentur, které staví ta největší individualizovaná řešení, je jen hrstka.

### Doba trvání vývoje typické zakázky

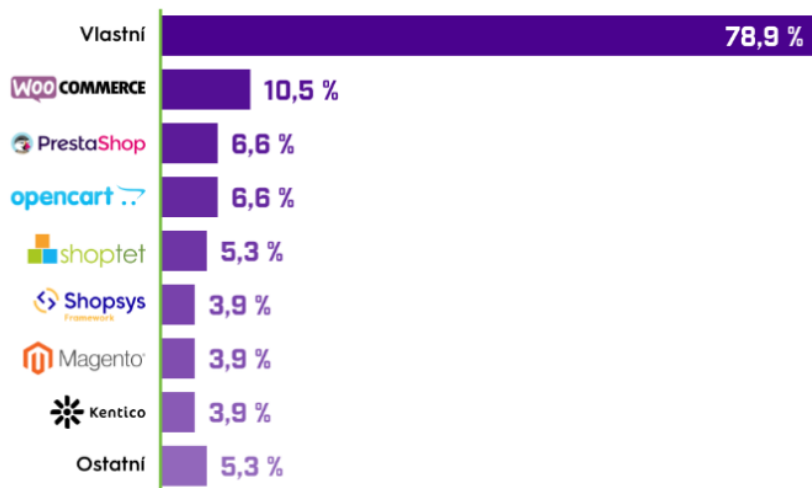


### 83 % e-shopů na míru je postaveno do půl roku

Nutno zmínit, že zde se bavíme pouze o čase implementace, tedy období od napsání prvního řádku kódu po spuštění projektu. Implementační fázi ale předchází jednání o ceně a případné čekání na volné kapacity dodavatele, takže celková doba mezi bodem „chceme e-shop“ a „spustli jsme e-shop“ bývá mnohem delší.



## Jaké platformy agentury používají pro stavbu e-shopů



**Téměř 80 % agentur využívá pro stavbu e-shopů na míru vlastní platformu**

V zahraničí je poměr přítom zcela opačný, agentury se spoléhají na platformy a frameworky třetích stran, které jsou navíc často open-source.

# Použité zdroje

---



- ❑ <https://data.apek.cz/>
  - ❑ <https://www.apek.cz/dokumenty-a-vida>
  - ❑ <https://www.ceska-ecommerce.cz/>
  - ❑ <https://cc.cz/minus-dvanact-procent-a-propad-pod-200-miliard-korun-ceska-e-commerce-poprve-v-historii-klesla/>
  - ❑ <https://www.mediar.cz/mezirocni-rust-ceske-e-commerce-v-roce-2021-zpomalil-na-14-pct/>
  - ❑ <https://exec.shopsys.cz/vyzkum>
  - ❑ [https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/podil-e-commerce-na-ceskem-maloobchode-se-v-roce-2021-zvysil-na-17----v-roce-2030-muze-tvorit-az-ctvrtinu\\_s288x16576.html](https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/podil-e-commerce-na-ceskem-maloobchode-se-v-roce-2021-zvysil-na-17----v-roce-2030-muze-tvorit-az-ctvrtinu_s288x16576.html)
  - ❑ <https://www.lupa.cz/clanky/zprava-o-stavu-ceske-e-commerce-pres-40-tisic-e-shopu-a-11-procent-podilu-na-maloobchodu/>
-



---

**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Děkuji za pozornost**

---