

E-commerce se přes meziroční pokles znova nadechuje, zákazníci se vrací do onlinu a velcí hráči už vykazují růst

16.1.2024 - | PROTEXT

První meziroční pokles ve výši 12 % zažila česká e-commerce v roce 2022, kdy došlo k ochlazení trhu po raketovém růstu z období covidu.

Stabilizaci a opětovné nastartování růstu očekávalo mnoho e-shopů právě v roce 2023. Tato očekávání se ovšem nenaplnila již v prvních třech kvartálech loňského roku, kdy podle dat společnosti Heureka e-commerce klesala o **13 %** v prvním, **8 %** ve druhém a **11 %** ve třetím kvartále. Oživení trhu nastalo až v posledním čtvrtletí loňského roku, ve kterém e-commerce zaznamenala po dvou letech růst - tentokrát o **2 %**.

Velké e-shopy rostly, zatímco trh klesal

Na základě dat společnosti Shopsys se nejlépe dařilo zejména velkým e-shopům s meziročním zvýšením tržeb o **5 %**. *“Potvrdil se nám dlouhodobý trend, který pozoruje celá tuzemská scéna - velkým hráčům se daří růst rychleji než ostatním a konsolidace trhu velkými hráči pokračuje. Velké e-shopy měly těžší situaci na začátku poklesu, protože jim často trvá déle se přizpůsobit, ale v loňském roce již znovu těžily ze své velikosti, známosti brandu i technologické připravenosti,”* uvádí Matěj Kapošváry, CEO společnosti Shopsys.

Zákazníci přestali utíkat z e-shopů do kamenných prodejen

Od roku 2015 se tuzemští zákazníci výrazně přesouvali z kamenných obchodů do onlinu; e-commerce meziročně rostla o patnáct procentních bodů rychleji než celý maloobchod. Do roku 2019 se tento rozdíl v tempu růstu přirozeně snižoval na rozdíl 7 procentních bodů. V následném covidovém roce 2020 dosáhl rozdíl rekordních 25 procentních bodů. Zatímco e-commerce vyrostla v tomto roce o **26 %**, tak maloobchodní tržby pouze o **1 %**. Po ukončení covidových restrikcí v roce 2021 se tempo růstu téměř vyrovnalo (e-commerce **13 %** a maloobchod **11 %**). Postcovidový rok 2022 pak znamenal návrat zákazníků do kamenných prodejen a poprvé od roku 2015 byl růst maloobchodu větší než růst e-commerce (rozdíl 9 procentních bodů).

V loňském roce 2023 se ruku v ruce s klesajícím e-commerce trhem také snižovaly tržby z maloobchodního prodeje. Z dat ČSÚ (do října 2023) vyplývá, že maloobchodní tržby nepotravinářského zboží klesaly osmnáct měsíců v řadě. *“Podle předběžných dat můžeme porovnat maloobchodní tempo růstu s tempem loňského růstu e-commerce a je zřejmé, že online obchodování začalo opět růst srovnatelným tempem jako maloobchod s nepotravinářským zbožím. Trh se vrací k trendu z předchozích let, kdy kromě doby postcovidové zákazníci neutíkali z onlinu směrem do kamenných obchodů, ale naopak,”* doplňuje Matěj Kapošváry.

Společnost **Shopsys** pomáhá předním B2B i B2C hráčům digitalizovat jejich prodeje a uspět v omnichannel světě. Pro své zákazníky je spolehlivým full-service e-commerce partnerem s nejlepšími technologiemi a mnohaletým know-how. Mezi největší klienty, o které se stará přes 70 IT odborníků, patří Tescoma, Okay.cz, SCONTO, Mountfield, Mana, Bushman, Démos, B2B Partner, Office Depot nebo Agátin svět.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/e-commerce-se-pres-mezirocni-pokles-znova-nadechuje-za-kaznici-se-vraci-do-onlinu-a-velci-hraci-uz-vykazuji-rust/2466270>