



## Online tržiště pro spořivé Nakupující Češi berou útokem velké zahraniční e-shopy

**D**ůvodem, proč se Češi při svých nákupech na internetu stále častěji obracejí do zahraničí, je nižší cena a širší nabídka zboží,“ říká CEO konzultační společnosti Acomware David Vurma.

Téměř 60 procent Čechů má osobní zkušenost s nákupem zboží v zahraničním e-shopu a více než pětina zde nakupuje pravidelně. Vyplývá to z průzkumu agentury Ipsos pro společnost Acomware na vzorku 1016 respondentů. Češi nejčastěji vybírají zboží na Amazonu či AliExpressu.

Za rostoucí oblibou těchto gigantů je jednoznačně nejširší nabídka a možnost nakupovat levněji než v tuzemských e-shopech.

„Pro 78 procent zákazníků je samozřejmě primárním motivem skutečnost, že zde zboží nakoupí často levněji než v tuzemských e-shopech. Vedle spořivosti nás pak dále motivují rovněž praktické důvody, například to, že dané zboží nebo značku není možné v Česku vůbec koupit,“ vysvětluje David Vurma.

AliExpress a Amazon zná shodně 70 procent populace. Následuje eBay s 63 procenty, čtvrtým v pořadí je Wish. Naprostá většina

objednávek z Česka připadá podle Vurmy právě na uvedené kvarteto silných hráčů.

### ZA ZMĚNOU JE MLÁDÍ

Do budoucna počet nákupů ze zahraničních e-shopů ještě poroste. Tahounem růstu jsou totiž lidé ve věku mezi 15 až 34 lety.

„Už čtvrtina lidí v této věkové kategorii přiznává, že v zahraničí nakupuje pravidelně. Naopak motivaci nákupy v zahraničí vyzkoušet nemá jen zhruba dvacet procent z nich,“ upřesňuje Vurma.

Mnoho Čechů se ale k nákupům v zahraničí stále staví chladně. Třetina se obává zneužití platebních údajů nebo toho, jak dopadne případná reklamace. U starších lidí je největší překážkou jazyková bariéra.

Další příčina nárůstu nákupů na zahraničních e-shopech je ještě prozaičtější. Zájem lidí o nakupování na internetu totiž roste obecně. České e-commerce je jednou z nejrychleji se rozvíjejících na světě a tuzemské i zahraniční e-shopy mají u českých zákazníků zelenou.

E-commerce v Česku ostatně loni překonal další rekord. Celkově dosáhl online

obchody obrat přesahující 155 miliard korun, což představuje patnáctiprocentní meziroční růst. Na maloobchodu se internetové nakupování podílí již zhruba z 15 procent.

Uzavření kamenných obchodů během nouzového stavu bylo pro e-commerce další vítanou injekcí. „Od dubna do května jsme na platformě Shoptet evidovali zhruba dvojnásobné tempo spouštění nových e-shopů. Zatímco předtím byl průměrný týdenní přírůstek okolo 130 internetových obchodů, od března činil týdenní průměr 270. Trend pokračuje dále, už nyní je celkový počet českých e-shopů o čtyři procenta vyšší než před rokem a logicky roste i zájem zákazníků,“ shrnul letos v červenci CEO společnosti Shoptet Miroslav Uďan.

Výrazný přesun nákupů do online prostředí během karantény přinesl podnikům samozřejmě zcela nové zákazníky. Většina výrobních a retailových firem si navíc uvědomila, že jsou pro ně e-shopy nezbytným prodejním kanálem, kterého už se nevzdají. ■

**JAKUB PROCHÁZKA** (prochazka@mf.cz)

### Obavy firem mizí

Polovině firem se byznys po krizi pomalu rozjíždí, třetina jich dokonce funguje stejně tak jako před krizí. Asi desetině malých a středních firem se zatím nedaří obchodní aktivity opět nastartovat. Vyplývá to ze srpnového průzkumu agentury Ipsos pro AMSP ČR. Situace není růžová v exportu a u výrobních firem ve zpracovatelském odvětví, kde je



oživení pomalejší a zájem o nové investice nižší. Až 72 procent malých a středních podniků nicméně plánuje realizaci nových investic v příštích 12 měsících. Většina z nich s nimi vyčkává na vývoj situace do konce roku 2020. ■

### Nové záruky s razítkem MPO

Ministerstvo průmyslu a obchodu po dohodě s Českomoravskou

záruční a rozvojovou bankou (ČMZRB) rozšiřuje možnosti využití programu Expanze. Zvýhodněné financování mohou podnikatelé od 11. srpna využít i k pořízení repasovaných nebo již používaných strojů a na provozní záruky. Peníze tedy mohou nově čerpat i bez nutnosti zavázání se k nové investici. Záruka je až do úvěru ve výši 40 milionů korun a 70 procent jistiny. ■