



E-shop Barometer 2023

December 2023

ui42, KPMG na Slovensku



O prieskume

8. ročník prieskumu E-shop Barometer 2023 uskutočnila agentúra ui42 a spoločnosť KPMG na Slovensku formou online dotazníka na vzorke 107 respondentov.

Oslovení boli zástupcovia e-shopov na Slovensku, ktoré ponúkajú široké spektrum produktov a služieb. Na dotazník odpovedali tak zástupcovia etablovaných, ako aj začínajúcich e-shopov.



Zber dát prebiehal v mesiacoch **november – december 2023**, komunikačne ho podporili aj spoločnosti E-commerce Bridge a Shoptet.

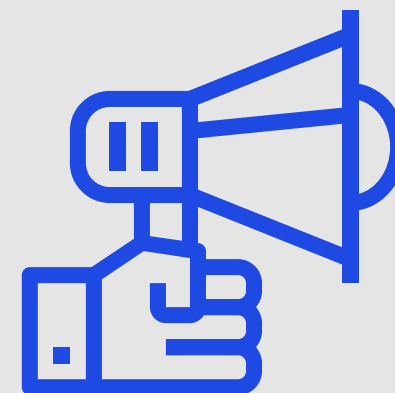
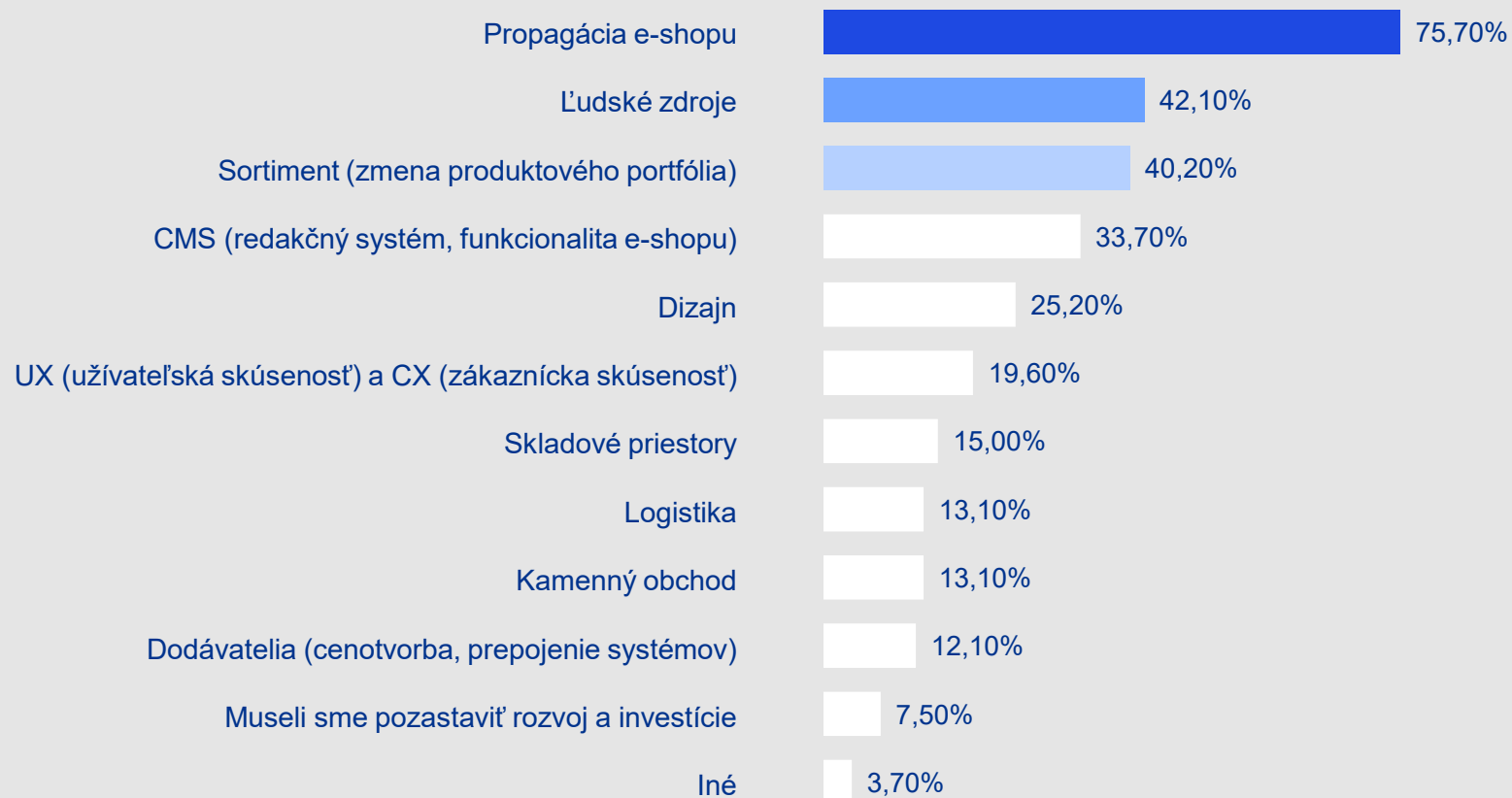


01

**Čo priniesol
uplynulý rok?**

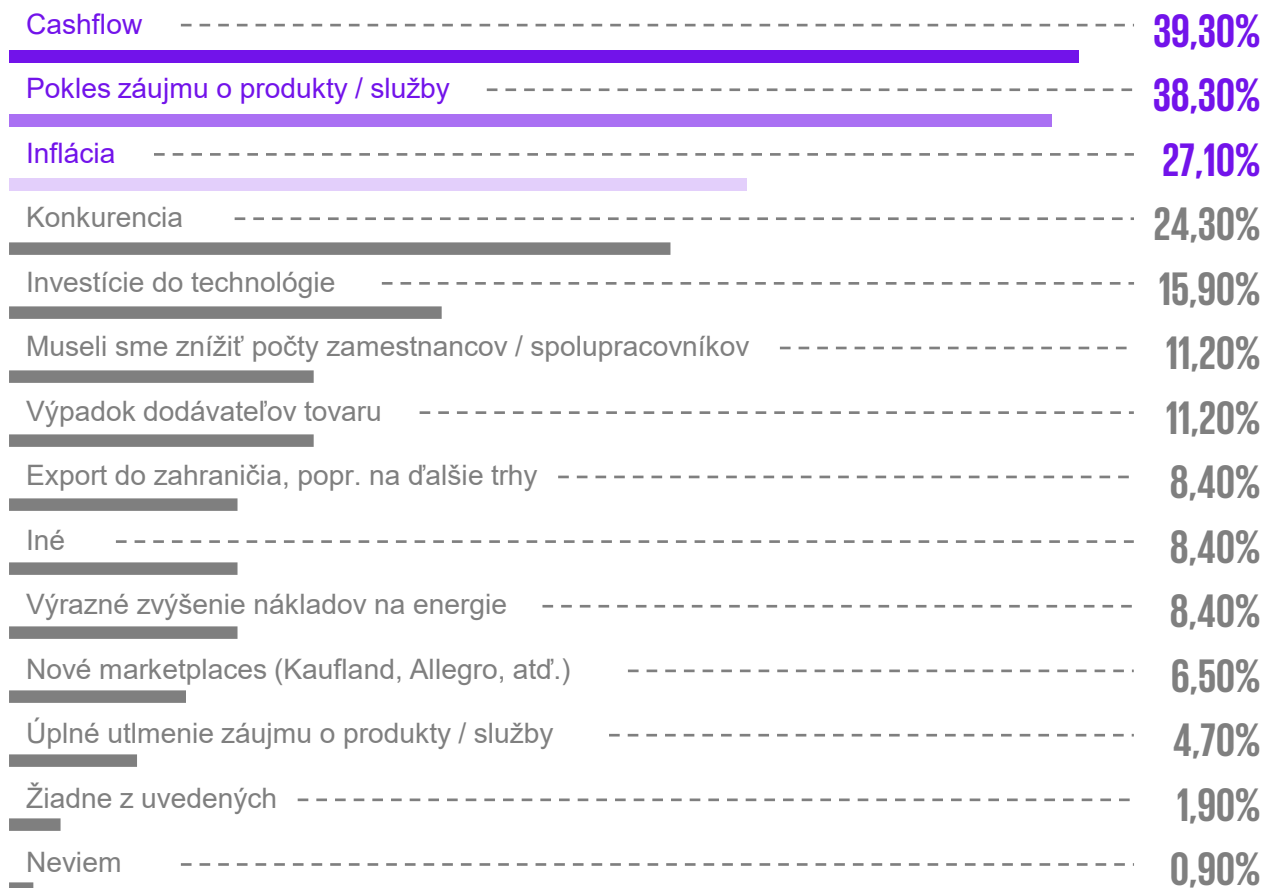


Oblasti, ktoré si vyžadovali najväčšiu investíciu v roku 2023



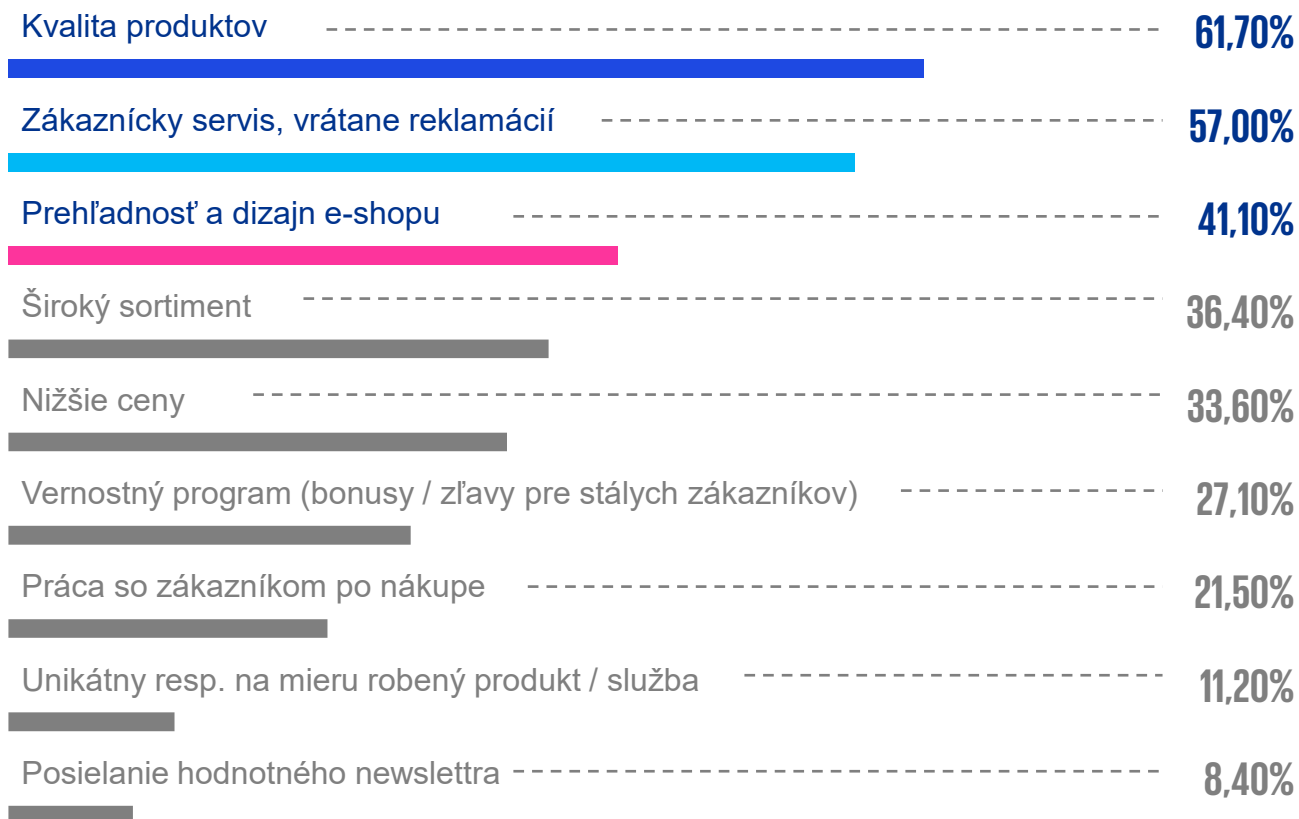
Nad'alej platí, že **e-shopy najviac investujú do propagácie a komunikácie**, v prieskume to potvrdili viac ako tri štvrtiny respondentov. Nasledujú investície do ľudských zdrojov, sortimentu a funkcionalít e-shopu.

Výzvy, ktorým museli e-shopy čeliť počas roka



- Za najväčšie výzvy uplynulého roka považujú e-shopy najmä **cash-flow a pokles záujmu o produkty, resp. služby** – v oboch prípadoch zhodne, **takmer 40 % respondentov**. V tejto oblasti nastala zmena oproti predchádzajúcemu obdobiu, y roku 2022 čelilo poklesu záujmu o produkty a služby až 53 % opýtaných.
- E-commerce sektor sa v posledných mesiacoch musel **vysporiadať aj s dôsledkami inflácie (27,1 %)** a zhruba štvrtina opýtaných vnímala ako jednu z najväčších výziev práve **konkurenciu (24,3 %)**. *Pozn.: respondenti mohli označiť viac ako 1 možnosť.*

Kľúč k udržaniu si zákazníka a k jeho opakovanému nákupu podľa slovenských e-shoperov

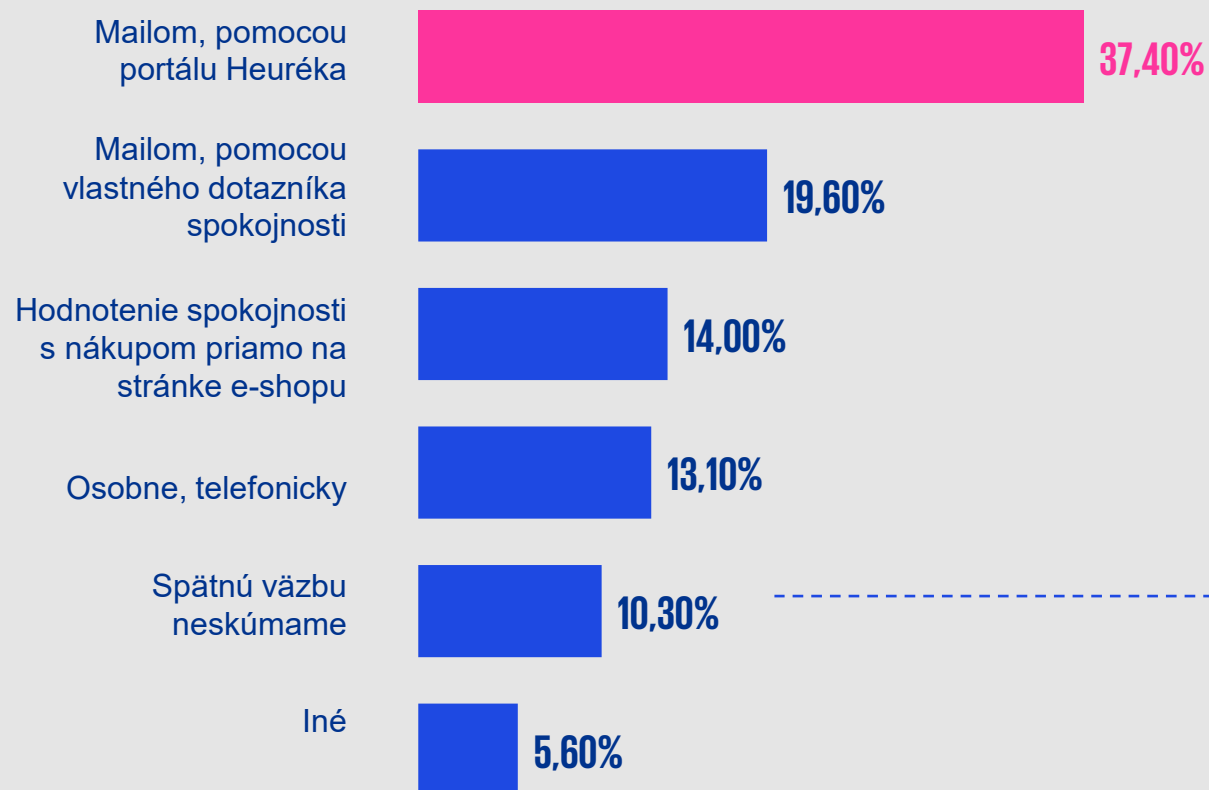


61,7%

Kvalita produktov

- Kvalita produktov zastáva najvýznamnejšiu pozíciu v **udržaní si zákazníka a jeho opakovaného nákupu (61,7 %)**, v logickom tandeme spolu so **zákazníckym servisom (57 %)**.
- Nasleduje prehľadnosť e-shopu a jeho dizajn, ktorému prideliло vysokú váhu viac ako 41 % respondentov.

Aký nástroj na skúmanie spätnej väzby najčastejšie využívajú e-shopy?



37,4%

Portál Heuréka

Približne 37 % e-shopov získava spätnú väzbu cez Heuréku a skoro 20 % pomocou vlastného dotazníka spokojnosti.

Zhruba každý desiaty e-shop nezbera spätnú väzbu od zákazníkov.

Medziročný trend z pohľadu vývoja tržieb e-shopov



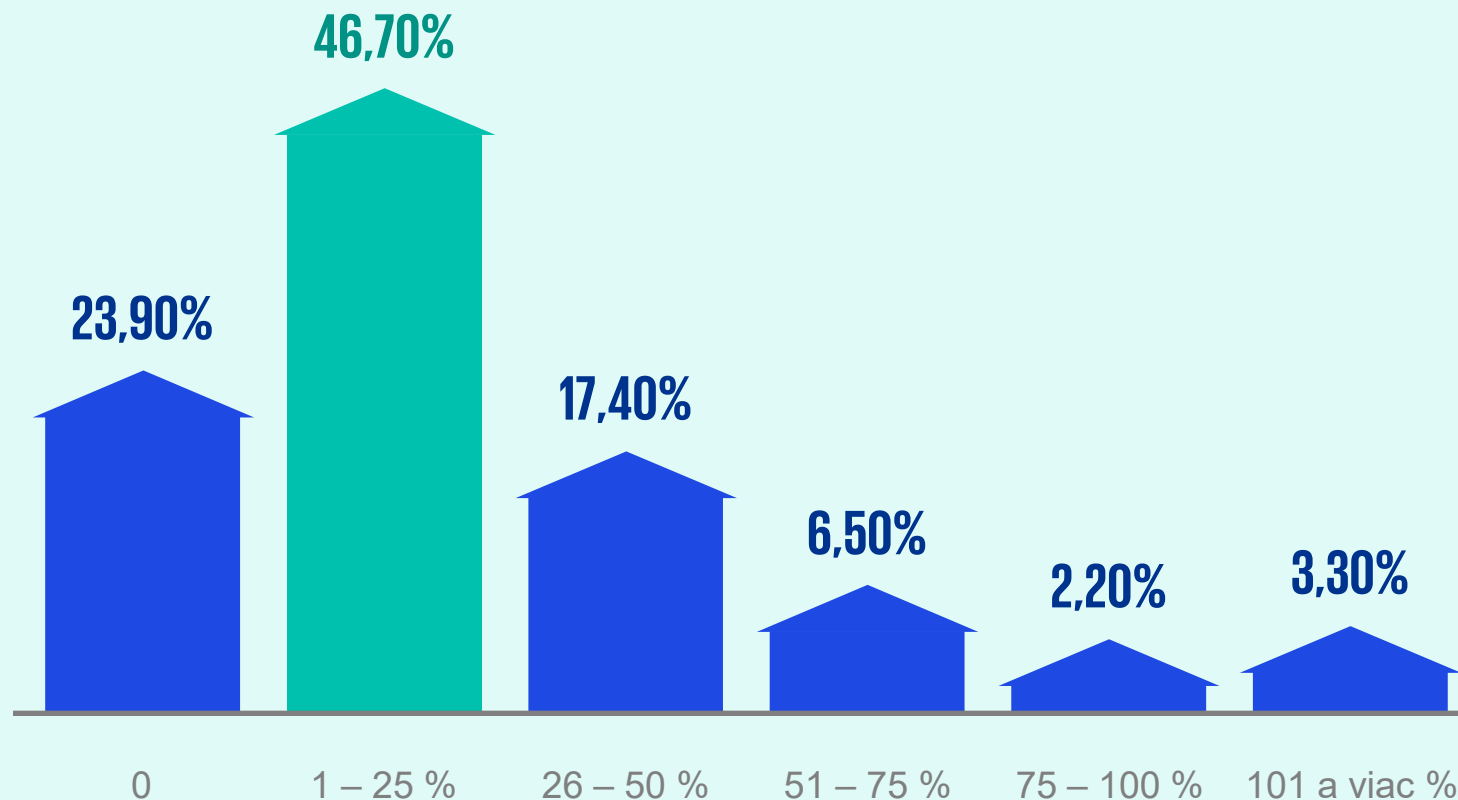
až takmer

80%

rastie alebo rovnako

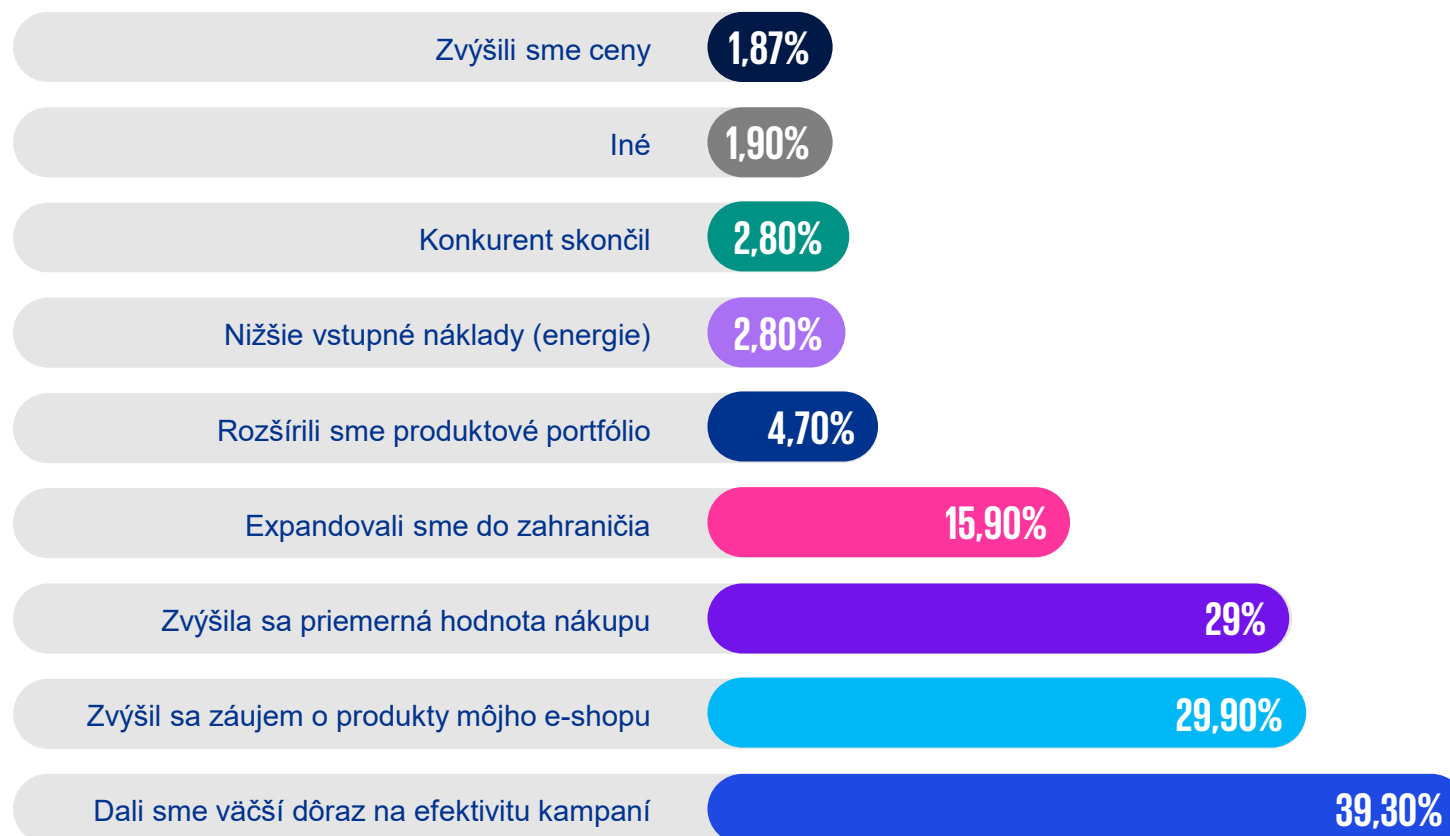
- Takmer 80 % opýtaných e-shopov **rastie alebo je na porovnateľnej medziročnej úrovni** z pohľadu aktuálneho vývoja tržieb.
- V predchádzajúcom roku 2022 bol tento podiel výrazne nižší, a to na úrovni 47 % (11 % rast a 36 % porovnateľný rok).

Aký medziročný nárast zaznamenali e-shopy?



Z e-shopov, ktoré deklarovali rast alebo sú na porovnateľnej medziročnej úrovni z pohľadu aktuálneho vývoja tržieb, takmer **polovica rastie medziročne v rozpätí 1 – 25 %**, zatiaľ čo necelá štvrtina je na tom medziročne cca rovnako. **Výraznejší rast** (o 26 – 50 %) zaznamenalo viac ako **17 %** z nich.

Faktory ovplyvňujúce výkon e-shopu



až takmer

40%

kladie dôraz na efektivitu kampaní

- Z tých, čo rastú, resp. sú na porovnateľnej medziročnej úrovni v tržbách, až takmer **40 % e-shopov označili „dôraz na efektivitu kampaní“ za najdôležitejší z faktorov, ktoré podľa nich ovplyvňujú smerovanie a vývoj ich online podnikania.**
- Priaznivému trendu prirodzene napomáha aj **zvýšený záujem o produkty a zvýšená priemerná hodnota objednávky** – v obidvoch prípadoch takmer 30 %.

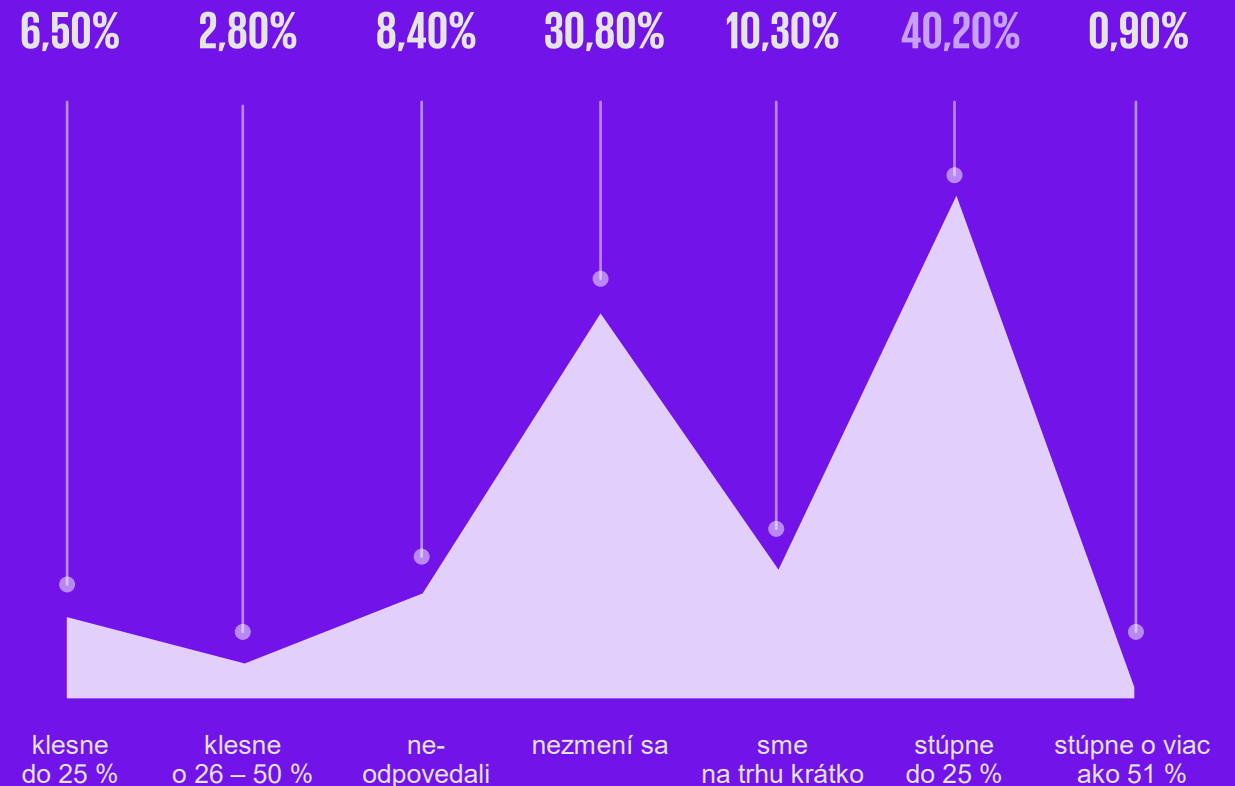
02

Vianoce 2023: Očakávania e-shoperov





Ako predpokladáte, že sa zmení priemerná hodnota nákupu v predvianočnom období na vašom e-shope oproti zvyšku roka?



+25%

Viac ako 40 % respondentov očakáva konzervatívnejší rast priemernej hodnoty objednávky v hlavnej sezóne, a to do úrovne +25 %. Takmer tretina e-shoperov si myslí, že sa priemerná hodnota objednávky nezmení.

Ako odhadujete celkový obrat v nadchádzajúcej predvianočnej sezóne 2023 v porovnaní so sezónou 2022?



+25%

V roku 2022 hlasovalo najviac e-shoperov (27 %) za očakávaný mierny pokles obratu. V tohtoročnom prieskume sa **očakávania preklonili v prospech mierneho medziročného nárastu**, k čomu sa hlási každý štvrtý opýtaný. V optimistickej nálade sa k nim pridáva aj ďalších takmer 17 %, ktorí očakávajú výraznejší nárast viac ako 25 %.

Pripravujete sa na hlavnú e-commerce sezónu, chystáte konkrétne akcie a kampane súvisiace s predvianočným obdobím?



neodpovedali



nie



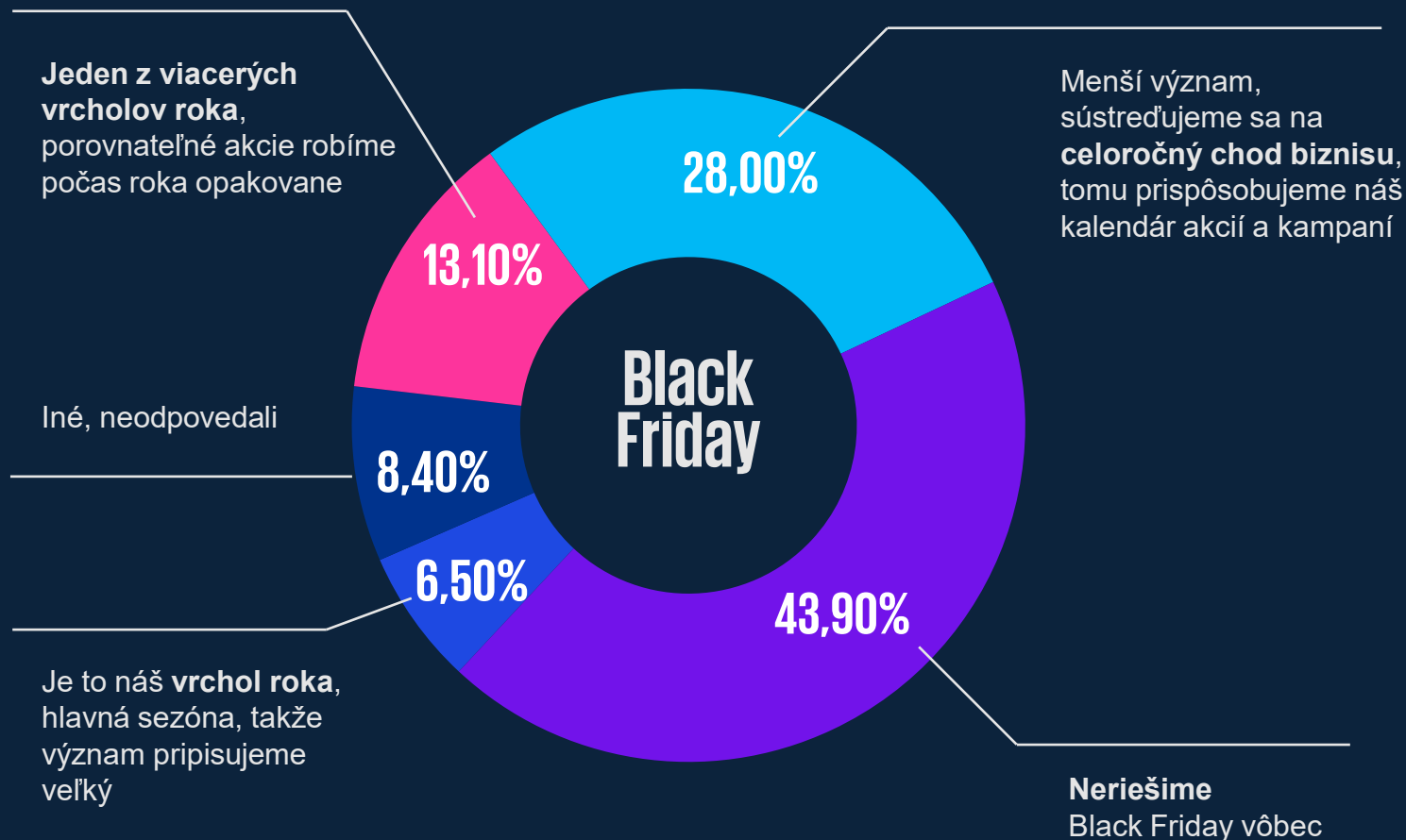
áno



- Prekvapivo, len **polovica e-shopov** zúčastnených v prieskume sa špeciálne **pripravuje** na hlavnú sezónu.
- Zhruba **42 % respondentov neplánuje** konkrétne akcie ani kampane v predvianočnom období.



Aký význam pripisujete obdobiu Black Friday?



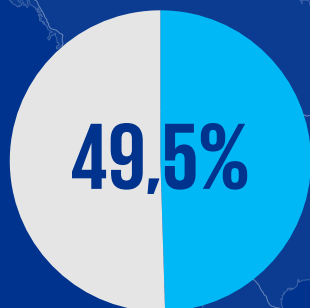
- Ak už aj e-shopy riešia Black Friday, **nepripisujú mu až takú významnú váhu.** Z výsledkov vyplýva, že **takmer 44 % nerieši Black Friday vôbec.**
- 28 % sa vyjadrilo, že sa nesústreďujú na Black Friday ako taký, ale **hlavne na celoročný chod biznisu**, čomu prispôsobujú aj kalendár akcií a kampaní.
- Za **jednoznačný vrchol sezóny to považuje len 6,5 % opýtaných.**

03

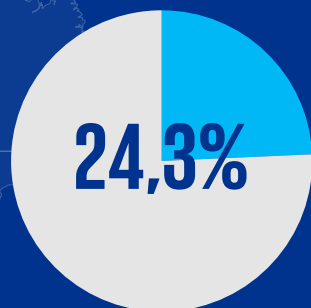
Expanzné plány e-shopov



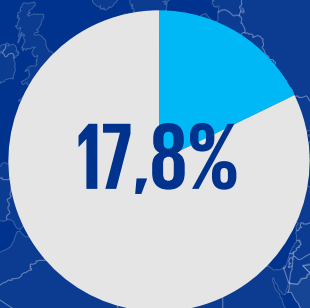
V akých krajinách pôsobí váš e-shop?



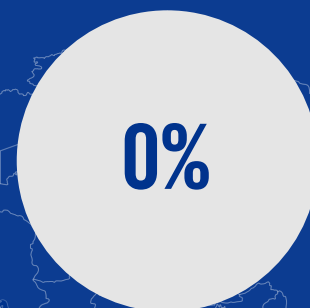
Len na Slovensku



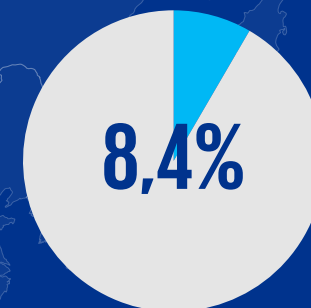
Na Slovensku
a v Česku



Na Slovensku
a v zahraničí



Len v zahraničí



Neodpovedali

49,5%

Z pohľadu geografického pôsobenia e-shopov sme dotazovali za rok 2023 veľmi podobné vzorky, ako v roku 2022. Len na **Slovensku pôsobí 49,5 %** (vs. 51 %) e-shopov. V SR a ČR je to 24,3 % (vs. 25 %) e-shopov. Na Slovensku a **zároveň na iných zahraničných trhoch pôsobí takmer 18 % e-shopov** zúčastnených v prieskume.

Máte v pláne rozšíriť svoje podnikanie aj do iných krajín?



30,80%

Zvažujeme to,
ale ešte v tom
nemáme úplne
jasno



27,10%

Zatiaľ nie

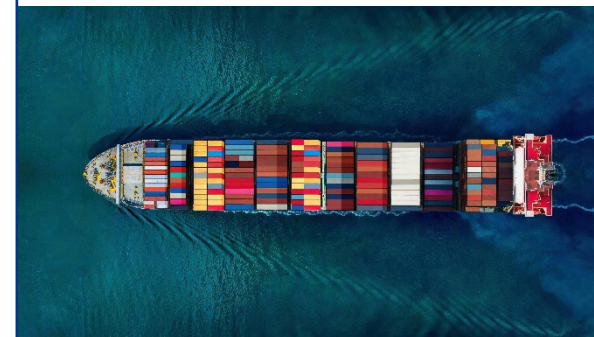
33,60%

Áno, máme to určite
v pláne v roku 2024

8,40%

Neodpovedali

Ambíciu **rozšíriť svoje podnikanie na zahraničné trhy** vyjadrilo viac ako **64 %** opýtaných, z nich takmer polovica to zatiaľ zvažuje a nemá v tom ešte úplne jasno.



Uvažujete nad EXIT-om (predajom) alebo nástupníctvom?



Nie, momentálne takúto možnosť nezvažujem vôbec

66,40%

Možno, ale nie skôr ako za 3 – 5 rokov

17,80%

Neodpovedali

8,40%

Áno, v najbližších rokoch to bude pre mňa relevantná téma

7,50%

cez

66 %

nezvažuje

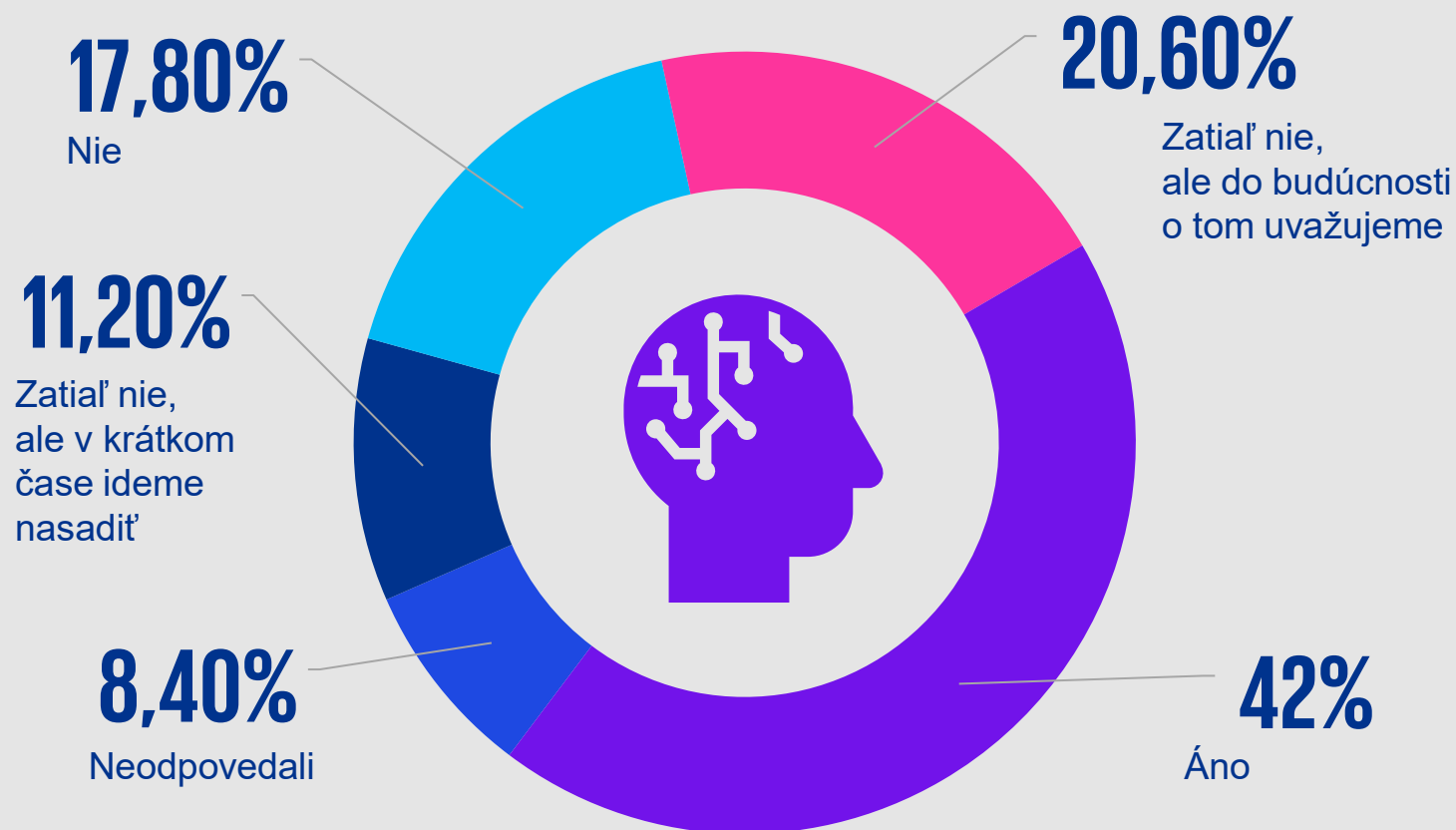
EXIT (predaj) e-shopu alebo nástupníctvo nezvažuje vôbec viac ako 66 % e-shopov. Naopak, **štvrtina z nich reagovala na túto otázku pozitívne**, čo je o 4 percentuálne body menej v porovnaní s minulým rokom (29 %).

04

Nástup AI v e-commerce



Používate v rámci svojho biznisu nástroje umelej inteligencie (AI)?



takmer

74%

už využíva, plánuje alebo zvažuje

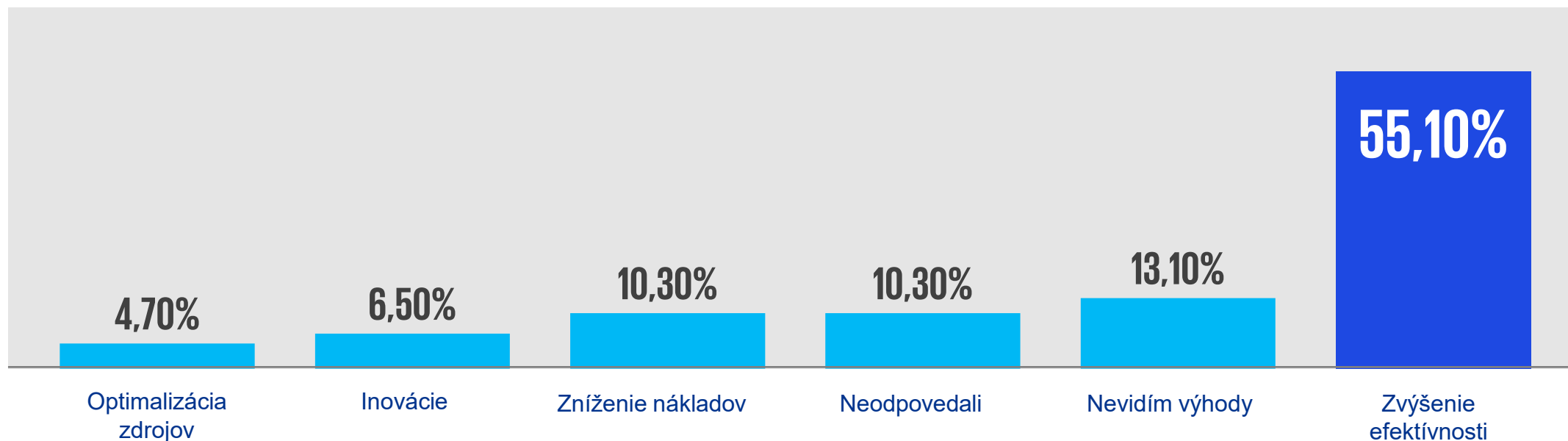
Takmer 74 % respondentov má **pozitívny vzťah voči uplatneniu nástrojov AI v biznise**: 42 % dnes už využíva a spolu takmer 32 % plánuje alebo zvažuje nasadiť **nástroje AI vo svojom podnikaní**.

Aké nástroje umelej inteligencie (AI) používate, resp. plánujete v krátkom čase používať?



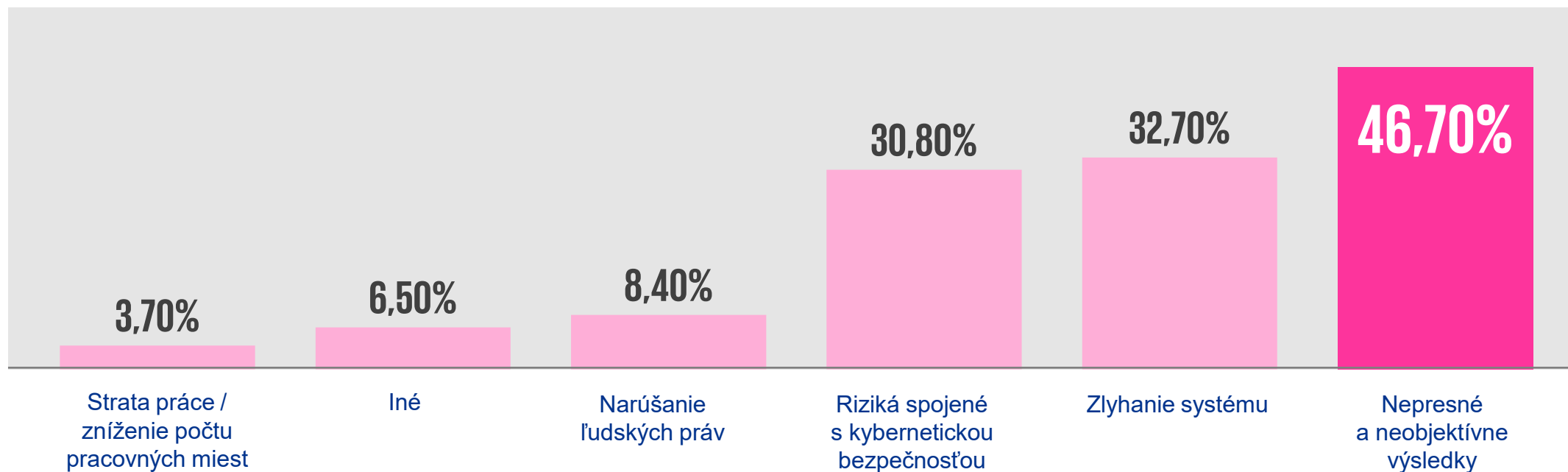
- Najväčšie využitie, u viac ako **80 % e-shopov**, majú dnes **nástroje typu Chat GPT**.
- Zhruba **polovica** e-shopov využíva **nástroje AI na generovanie popiskov**, resp. rôzneho textového obsahu, ale aj **generovanie obrázkov čo videoobsahu**.
- Ďalšie využitie nachádzajú aj v rámci **automatizácie** (pokrytie ľudských zdrojov, 10 %), ako aj **pri odporúčaní produktov**, tzv. recommenders (14 %).

Výhody používania umelej inteligencie v e-commerce odvetví



Výsledky prieskumu potvrdzujú jasne, v čom vidia e-shoperi očakávaný prínos – vo **zvýšení efektívnosti a znížení nákladov** nielen pri tvorbe obsahu, ale pri podnikaní ako takom. Na opačnej strane sa však nájde cez **23 % takých, ktorí buď nevidia pridanú hodnotu, resp. nevedeli odpovedať.**

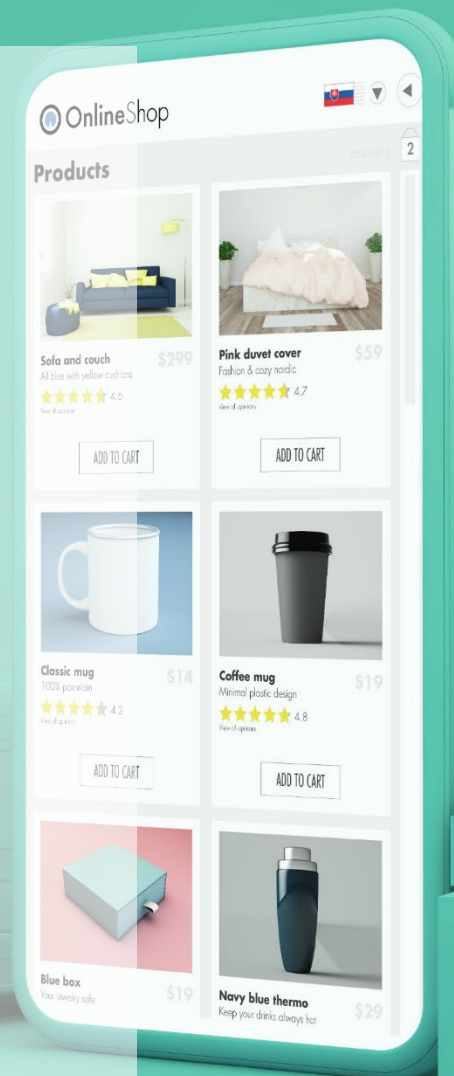
Riziká spojené s umelou inteligenciou, ktoré najviac znepokojujú slovenských e-shoperov



Nepresné a neobjektívne výsledky sú najčastejšie sa spomínanou obavou v súvislosti s používaním nástrojov AI. Zhruba **33 %** sa obáva zlyhania systému a **31 %** rizík spojených s kybernetickou bezpečnosťou. Naproti tomu, obavu zo straty pracovných miest uviedlo len niečo cez 3 % opýtaných.

05

Charakteristiki e-shopov na Slovensku



Ako dlho pôsobí váš e-shop na trhu?



Do akej kategórie spadá váš e-shop?



Predávame tovar aj pre koncových spotrebiteľov aj pre firmy (B2C aj B2B)



predávame tovar len koncovým spotrebiteľom (B2C)



Neodpovedali



Predávame tovar len iným firmám (B2B)



Do ktorého z nasledujúcich segmentov by ste zaradili váš e-shop?



18 Domácnosť, bývanie, kancelária (nábytok, elektronika, kuchynské spotrebiče, kancelárske potreby a pod.)

17 Hobby & voľný čas (šport, chovateľstvo, záhrada, dielňa, hudba, knihy a pod.)

13 Iné

12 Oblečenie, móda, obuv

10 Potraviny a gastro

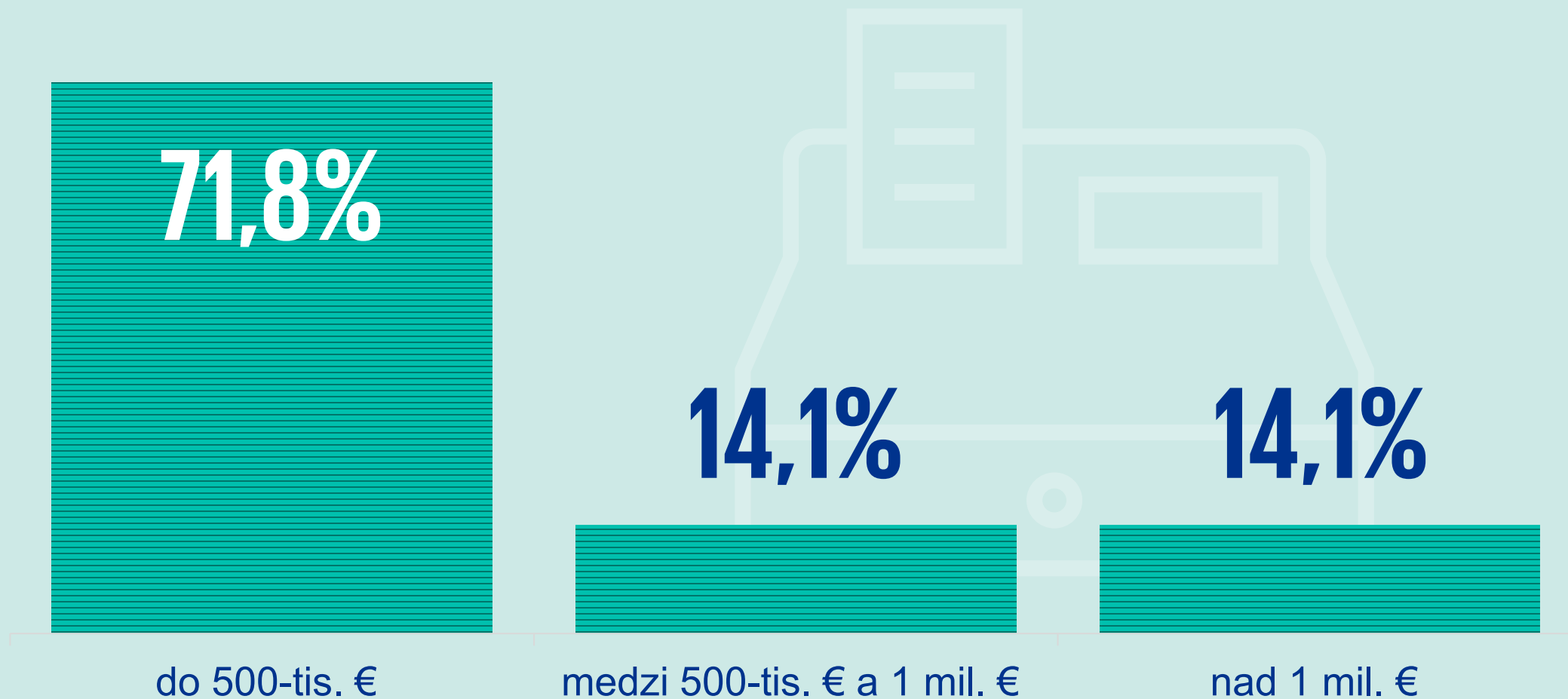
9 Kozmetika, zdravie, krása

9 Hračky a príslušenstvo pre deti

2 Auto-moto

2 Cestovanie

Aký bol obrat vášho e-shopu v 2022?





Kontakt:

Robo Háger

Marketing Director, ui42

robert.hager@ui42.com

Monika Révayová

Head of Branding & Communication, KPMG na Slovensku

mrevayova@kpmg.sk



kpmg.sk

Informácie uvedené v tejto správe majú všeobecný charakter a nevzťahujú sa na okolnosti žiadnej fyzickej alebo právnickej osoby. Hoci našou snahou je poskytnúť presné a aktuálne informácie, nemôžeme zaručiť ich aktuálnosť aj v budúcnosti. Neodporúčame preto konať na základe týchto informácií bez príslušnej profesionálnej rady a dôkladnej analýzy konkrétnej situácie.

© 2023 KPMG Slovensko spol. s r.o., je členskou spoločnosťou KPMG, globálnej organizácie nezávislých členských spoločností pridružených ku KPMG International Limited, súkromnej anglickej spoločnosti s obmedzeným ručením. Všetky práva vyhradené.

KPMG názov a logo sú registrovanými obchodnými známkami nezávislých členských spoločností KPMG International Ltd.