# 2. Webové stránky a jejich využití

*Ekonomické subjekty se mohou díky internetu velmi efektivně nejen prezentovat a zvyšovat povědomí o své existenci – budovat své dobré jméno –, ale i komunikovat se svými zákazníky či dodavateli. Na webových stránkách firmy představují nejen samy sebe a své produkty, ale v mnoha případech přes vlastní webové stránky i tyto produkty prodávají.*

## Hlavní zjištění

* V roce 2022 mělo v České republice vlastní **webové stránky  81 % podniků**. V roce 2001 mělo přitom vlastní webovou prezentaci 45 % podniků, za poslední dvě desetiletí se tedy jejich podíl téměř zdvojnásobil. Nejvyšší nárůst firem s webovými stránkami se odehrál do roku 2004, v následujících letech pak narůstal už jen pozvolna a od roku 2014 lze situaci označit za stagnaci.
* Dle výsledků z posledního šetření, měly webovou prezentaci **nejčastěji podniky působící v mediálním sektoru**, **cestovní agentury** nebo podniky poskytujícími **ubytování** (shodně 96 %). Nejméně často měly v roce 2022 vlastní webové stránky firmy z odvětví doprava a skladování (66 %), ostatní administrativní a podpůrné činnosti (67 %) nebo v maloobchodě (69 %).
* Podíl firem působících v Česku s vlastními webovými stránkami je dlouhodobě jeden z nejvyšších v rámci zemí EU. V roce 2021[[1]](#footnote-1) byl jejich podíl o 5 procentních bodů vyšší než je průměr za země evropské sedmadvacítky (78 %) a Česko se tak v tomto ukazateli v roce 2021 umístilo **na 7. místě**. Mezinárodní srovnání ukazatelů týkajících se webových stránek a jejich využití za rok 2022 není bohužel dostupné a tak se veškeré údaje v této kapitole týkají roku 2021.
* 62 % všech firem v ČR, resp. více než tři čtvrtiny (76 %) firem s webovými stránkami měly v roce 2022 svůj **web** **přizpůsobený pro mobilní zařízení**. Mít webové stránky přizpůsobené pro mobilní zařízení je nadstavba, kterou využívá stále více podniků. Od roku 2014, kdy je využívalo 31 % podniků s více než 10 zaměstnanci, se jejich počet zdvojnásobil. Webové stránky s mobilní verzí pro přenosná zařízení mají dlouhodobě nejčastěji velké firmy, v roce 2022 jich bylo 78 %.
* Webové stránky přizpůsobené pro zobrazení na mobilním telefonu nebo např. na tabletu mají nejčastěji cestovní agentury a kanceláře (87 %) a dále také podniky působící v odvětvové sekci Informační a komunikační činnosti, zde konkrétně v odvětví činnosti v oblasti IT nebo v mediálním sektoru. Mimo tuto odvětvovou sekci pak také ještě v ubytování (ve všech třech zmíněných odvětvích shodně 83 %). Nejčastější službou, kterou firemní webové stránky návštěvníkům umožňují, je **prohlížení katalogů nebo ceníků** nabízených výrobků a služeb. Tuto možnost v roce 2022 poskytovalo 61 % firem s webovými stránkami. Zveřejněnou nabídku zboží či služeb např. v podobě **katalogů či ceníků** mají na svých webových stránkách nejčastěji cestovní agentury či kanceláře, firmy působící v ubytování, v telekomunikacích, nebo také v mediálním sektoru.
* V případě 39 % webů mohli zákazníci **objednávat nebo rezervovat** nabízené zboží/služby. V nabídce této možnosti jsou podniky v Česku dlouhodobě na předních příčkách evropského žebříčku, v roce 2021 se umístily dokonce na 3. místě, za Nizozemskem a Maltou. **Možnost objednat či zarezervovat** nabízené produkty/služby mají nejčastěji firmy nabízející ubytování. Firmy působící v oblasti cestovního ruchu umožňují rovněž na svých webech nejčastěji **přizpůsobit podobu** nabízených produktů nebo služeb.
* Mezi méně časté funkce webových stránek podniků patřila v roce 2022 možnost **přizpůsobit produkt na míru** podle vlastních požadavků zákazníka, což svým zákazníkům nabízela necelá čtvrtina podniků s webovými stránkami (23 %). Potěšující je, že v nabídce této možnosti byly české podniky v evropském žebříčku za rok 2021 na druhé příčce za Švédskem.
* **Sledovat stav vyřizované objednávky** umožňovalo v roce 2022 14 % firem, mezi velkými podniky s webovými stránkami se jednalo o čtvrtinu. Mezi odvětvími umožňovaly sledovat stav zakázky nejčastěji firmy působící v maloobchodě (38 %), z odvětví zpracovatelského průmyslu to byla výroba oděvů (41 %) a deklarovaly to téměř všechny firmy z oboru poštovní a kurýrní činnosti (NACE 53). V nabídce možnosti sledování stavu vyřizování objednávky jsou podniky v Česku dlouhodobě na předních příčkách evropského žebříčku, v roce 2021 se umístily na 6. místě.
* **Možnost upravit vzhled webu nebo jeho zobrazovaný obsah** přihlášeným uživatelům nabízelo 7 % firem s webovými stránkami, nejčastěji cestovní kanceláře (20 %) nebo odvětví nazvané obchod a opravy motorových vozidel (18 %). **Polovina firem s webovými stránkami** zde má umístěný odkaz na profil na sociální síti nebo jiném typu sociálních médií. Odkazuje na něj 79 % velkých podniků, 56 % středně velkých a 46 % malých firem. Nejčastěji firmy z audiovizuálního oboru, a podniky působící v cestovním ruchu (cestovní kanceláře a firmy poskytující ubytování).

**Tab. 2.1: Pokročilé možnosti webových stránek podniků s 10 a více zaměstnanci v ČR; 2022**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | prohlížet nabídku zboží a služeb (katalogy, ceníky) | online objednávku či rezervaci | uzpůsobit si zboží či služby na míru podle požadavků | sledovat stav objednávky či zakázky | upravit vzhled či zobrazený obsah webu |
| **Podniky celkem (10+)** | **60,5** | **38,8** | **22,6** | **14,0** | **7,0** |
| **Velikost podniku** |   |   |   |   |   |
|  10–49 zaměstnanců | 59,6 | 39,7 | 23,0 | 13,2 | 6,0 |
|  50–249 zaměstnanců | 62,5 | 34,5 | 20,5 | 14,9 | 9,4 |
|  250 a více zaměstnanců | 67,7 | 41,9 | 24,5 | 23,3 | 13,8 |
| **Odvětví (ekonomická činnost)** |   |   |   |   |   |
|  Zpracovatelský průmysl | 60,3 | 32,8 | 20,9 | 10,5 | 5,3 |
|  Výroba a rozvod energie, plynu, tepla | 56,2 | 26,4 | 13,8 | 4,6 | 2,1 |
|  Stavebnictví | 37,7 | 19,8 | 6,8 | 2,1 | 3,5 |
|  Obchod a opravy motorových vozidel | 82,7 | 70,7 | 54,1 | 29,9 | 18,2 |
|  Velkoobchod | 77,6 | 52,6 | 34,2 | 26,8 | 10,6 |
|  Maloobchod | 70,1 | 65,0 | 36,6 | 37,7 | 10,6 |
|  Doprava a skladování | 37,2 | 28,3 | 14,9 | 9,2 | 5,3 |
|  Ubytování | 86,4 | 86,6 | 59,2 | 32,6 | 10,9 |
|  Stravování a pohostinství | 80,7 | 60,1 | 27,1 | 11,9 | 5,7 |
|  Činnosti cestovních agentur a kanceláří | 93,9 | 82,5 | 67,4 | 34,9 | 20,1 |
|  Audiovizuální činnosti; vydavatelství | 84,2 | 69,8 | 37,3 | 31,8 | 16,3 |
|  Telekomunikační činnosti | 88,8 | 65,7 | 40,6 | 13,7 | 11,5 |
|  Činnosti v oblasti IT | 60,1 | 35,7 | 21,6 | 16,7 | 12,7 |
|  Činnosti v oblasti nemovitostí | 49,0 | 23,8 | 5,2 | 3,2 | 1,6 |
|  Profesní, vědecké a technické činnosti | 59,2 | 34,1 | 18,0 | 9,2 | 7,4 |
|  Ostatní administrativní a podpůrné činnosti | 56,8 | 30,8 | 14,6 | 7,4 | 6,5 |

*podíl na celkovém počtu podniků s 10 a více zaměstnanci s webovými stránkami v dané velikostní a odvětvové skupině (v %)*

**Graf 2.1: Podniky s 10 a více zaměstnanci v ČR s webovými stránkami**

*podíl na celkovém počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané velikostní skupině v daném roce*

Zdroj: Český statistický úřad, 2022

**Graf 2.2: Podniky, které mají na webových stránkách odkaz na profil na sociálních médiích; 2022**



Zdroj: Český statistický úřad, 2022

**Graf 2.3: Podniky s 10 a více zaměstnanci v zemích EU s webovými stránkami; 2021**

****

*podíl na celkovém počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané zemi z*droj dat: Eurostat, prosinec 2021

**Graf 2.4: Podniky s 10 a více zaměstnanci v zemích EU s webovými stránkami umožňujícími sledovat stav vyřizované objednávky; 2021**

****

*podíl na celkovém počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané zemi z*droj dat: Eurostat, prosinec 2021

1. Zdrojem dat pro mezinárodní srovnání je databáze Eurostatu. Údaje v ní se obecně vztahují k roku 2022, **poslední dostupné ukazatele týkající se webových stránek, jsou ale za rok 2021**: [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)