

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 2021¹ byl jejich podíl o 5 procentních bodů vyšší než je průměr za země evropské sedmadvacitky (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 **objednat 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

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>

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.

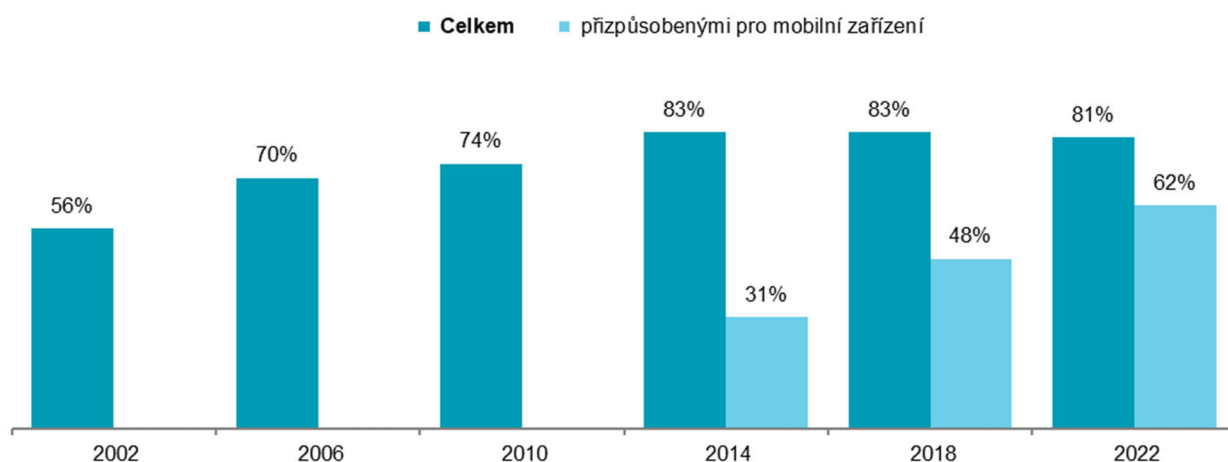
- **Možnost upravit vzhled webu nebo jeho zobrazovaný obsah** přihlášeným uživatelům nabízelo 7 % firem s webovými stránkami, nejčastěji cestovní kanceláře (20 %) nebo odvětví nazvané obchod a opravy motorových vozidel (18 %). **Polovina firem s webovými stránkami** zde má umístěný odkaz na profil na 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 kancelářů	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 %)

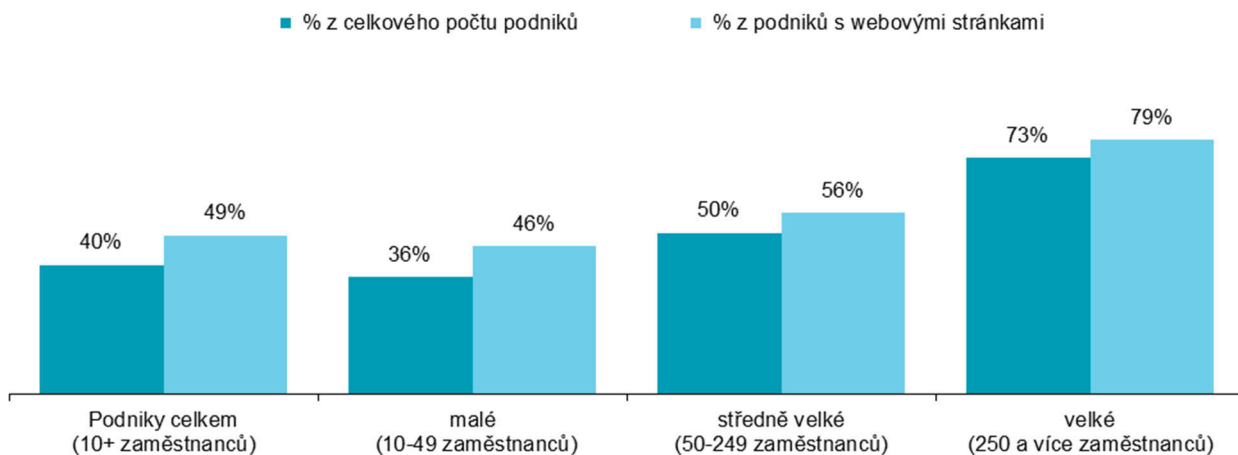
Graf 2.1: Podniky s 10 a více zaměstnanci v ČR s webovými stránkami



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

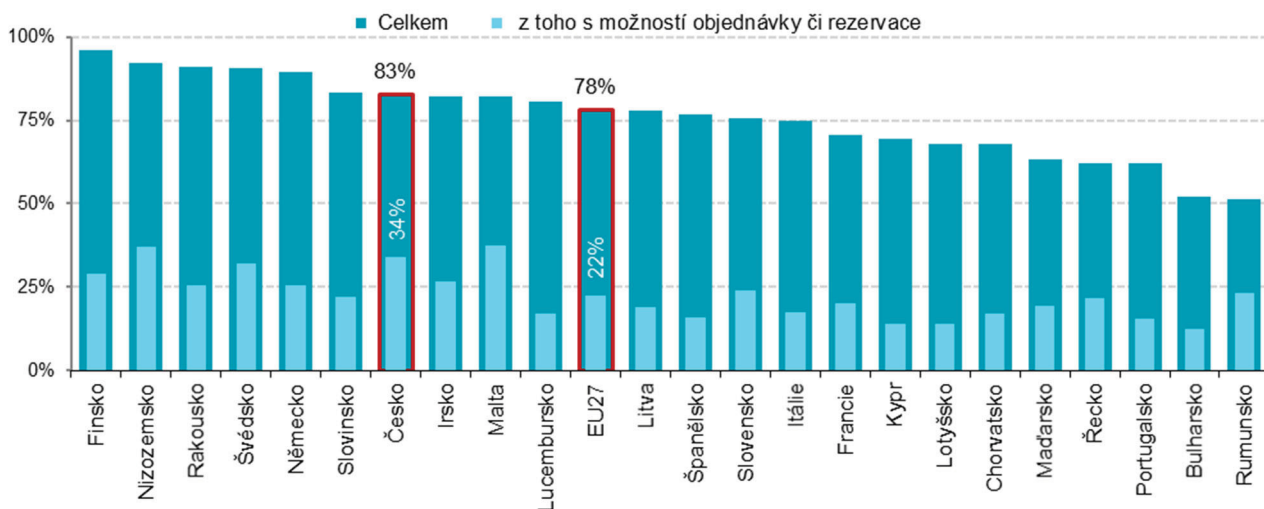
Zdroj: Český statistický úřad, 2022

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



Zdroj: Český statistický úřad, 2022

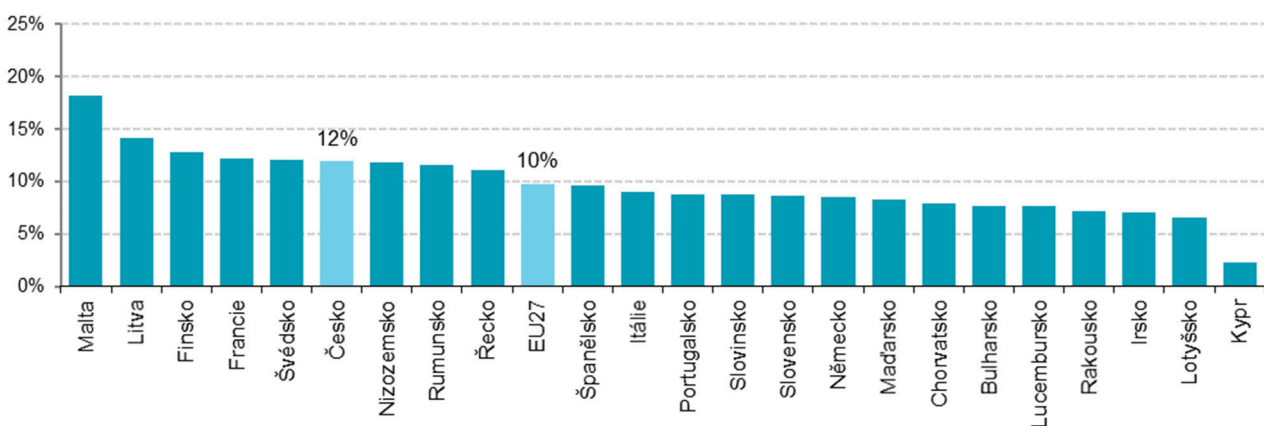
Graf 2.3: Podniky s 10 a více zaměstnanci v zemích EU s webovými stránkami; 2021



podíl na celkovém počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané zemi

zdroj 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

zdroj dat: Eurostat, prosinec 2021