# 3. 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. Zřejmě nejznámější prostředí pro sebepropagaci firem na internetu jsou jejich webové stránky. Na nich představují nejen samy sebe a své produkty, ale v mnoha případech přes vlastní webové stránky i tyto produkty prodávají.*

## Hlavní zjištění

* V roce 2019 mělo v České republice webovou prezentaci na svých **webových stránkách** 83 % firem s deseti a více zaměstnanci. Oproti roku 2001, kdy fungovala na webu necelá polovina subjektů (45 %), se jejich podíl téměř zdvojnásobil. Nejvyšší nárůst podílu firem s webovými stránkami zaznamenal ČSÚ před rokem 2004, v následujících letech tento podíl narůstal už jen pozvolna a od roku 2014 stagnuje. Webovou prezentaci měly v posledním šetření nejčastěji subjekty působící v ubytování (99 %) nebo v sektoru CZ NACE J informační a komunikační činnosti (95 %).
* Mezi **zeměmi EU28** se firmy v České republice v tomto ukazateli v roce 2018[[1]](#footnote-1) umístily na nadprůměrném 10. místě. Průměr evropské osmadvacítky dosáhl v roce 2018 hranice 77 % firem s webovými stránkami.
* Více než polovina všech firem v ČR (52 %), resp. téměř dvě třetiny (62 %) firem s webovými stránkami měly v roce 2019 svůj web **přizpůsobený pro mobilní zařízení**. Webové stránky s mobilní verzí pro přenosná zařízení mělo 74 % velkých firem, 67 % středně velkých a 60 % malých subjektů.
* Webové stránky přizpůsobené pro zobrazení na mobilním telefonu nebo např. na tabletu mají nejčastěji subjekty působící v odvětvové skupině Činnosti v oblasti IT (77 %) nebo v mediálním sektoru (75 %), a dále také subjekty působící v cestovním ruchu - firmy poskytující ubytování (75 %) nebo cestovní agentury a kanceláře (74 %).
* Nejčastější službou, kterou firemní webové stránky ve vztahu ke svým zákazníkům nabízejí, je možnost **nahlížení do katalogů a ceníků** nabízených výrobků a služeb. Tuto možnost v roce 2019 poskytovala již více než polovina webových stránek českých firem (51 %). Na více než třetině webů (39 %) mohl zákazník **objednávat či rezervovat** nabízené zboží/služby. V nabídce této možnosti byly české podniky za rok 2018 na nadprůměrném šestém místě.
* Mezi méně často vyskytující se **funkcionality** webových stránek podniků patřila v roce 2019 možnost **přizpůsobit nabízený produkt** podle vlastních požadavků. Možnost upravit si na míru prodávaný výrobek/službu nabízelo svým zákazníkům 17 % firem s webovými stránkami. Potěšující je, že v nabídce této možnosti byly české podniky v evropském žebříčku za rok 2018 na třetí příčce.
* 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, v mediálním sektoru či v obchodě. Weby, na kterých je možné objednat či zarezervovat nabízené produkty/služby mají nejčastěji subjekty nabízející ubytování. Firmy působící v oblasti cestovního ruchu nabízí rovněž na svých webech nejčastěji pro zákazníky možnost konfigurace, tj. přizpůsobení nabídky či podoby nabízených produktů/služeb.

## Prodej prostřednictvím webových stránek v podnikatelském sektoru ČR

* Online se neodehrává jen prezentace a komunikace podniků, rok od roku roste také podíl těch, kteří přes web prodávají své zboží a služby. V průběhu roku 2018 prodávala v Česku **přes webové stránky téměř čtvrtina** firem s deseti a více zaměstnanci (23 %). I když se tento podíl v porovnání s rokem 2007 více než **zdvojnásobil**, největší nárůst firem prodávajících přes web se odehrál mezi roky 2007 až 2012. Od té doby se podíl firem prodávajících své výrobky nebo služby online již **příliš nemění** a pohybuje se kolem dvacetiprocentní hranice.
* Na rozdíl od většiny jiných ICT ukazatelů se v případě prodejů přes webové stránky či aplikace jejich relativní četnost příliš neliší v závislosti na velikosti subjektu. Opět platí, že velké firmy prodávají přes web častěji (29 %), ale rozdíl mezi nimi a menšími subjekty není tolik výrazný.
* Tržby z prodejů uskutečněných přes webové stránky v roce 2018 tvořily **9 % celkových tržeb** firem s 10 a více zaměstnanci v Česku. V tomto ukazateli má ČR za rok 2017 devátý nejvyšší podíl v rámci zemí EU. Pro 16 % firem v Česku tvořily prodeje přes webové stránky více než 10 % z jejich celkových tržeb.
* **Nejčastěji** prodávají své produkty přes webové stránky **firmy působící v cestovním ruchu a ubytování** – v roce 2018 dosáhl podíl prodávajících firem v každém z těchto dvou odvětví více než 70 %. V případě cestovních agentur se prodeje přes webové stránky podílely již téměř ze dvou pětin (37 %) na jejich celkových tržbách, u firem působících v ubytování byl tento podíl nižší (32 %), přesto vysoce nadprůměrný.
* Firmy prodávající online prodávají **téměř výhradně přes své vlastní webové stránky**. Prodej přes tzv. on-line tržiště není v českém podnikatelském prostředí – kromě podniků působcích v oblasti ubytování a cestovního ruchu – příliš rozšířen. V roce 2018 tak prodávala 4 % podniků s více než 10 zaměstnanci.
* Firmy, které prodávají přes své vlastní webové stránky, prodávají **přibližně stejně často** jak koncovým zákazníkům (tzv. B2C prodej), tak dalším firmám nebo organizacím veřejné správy (tzv. B2B nebo B2G prodej). **Rozdíly ale najdeme v tržbách** z těchto prodejů. Zatímco tržby z prodeje dalším firmám (z tzv. B2B nebo B2G prodejů) činily v roce 2018 dvoutřetinový podíl, tržby z webových prodejů soukromým osobám (z tzv.B2C prodejů) tvořily třetinu z webových tržeb firem.
* Necelá čtvrtina firem s deseti a více zaměstnanci (23 %) prodávala v roce 2018 přes webové stránky zákazníkům z ČR. Poloviční množství (12 %) pak prodávalo zákazníkům z ostatních zemí EU a jen 4 % všech firem v ČR prodávala v roce 2018 zákazníkům do zemí mimo EU. V **elektronickém prodeji zahraničním zákazníkům dominovalo odvětví cestovního ruchu**. Pokud se zaměříme jen na firmy poskytující **ubytování (NACE 55)**, v roce 2018 obdrželo alespoň jednu elektronickou objednávku od zákazníků ze zemí EU28 (mimo ČR) 58 % z nich a od zákazníků ze zemí mimo Unii 45 % z nich.

**Tab. 3.1: Firmy s 10 a více zaměstnanci v ČR s webovými stránkami v roce 2019**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   | Firmy s webovými stránkami celkem | Firmy s webovými stránkami přizpůsobenými pro mobilní zařízení |
|
|
| *% z celkového počtu firem* *v dané velikostní a odvětvové skupině* | *% z firem* *s webovými stránkami* |
| **Firmy celkem (10+)** | **83,3** | **51,9** | **62,3** |
| **Velikost firmy** |   |   |  |
|  10–49 zaměstnanců | 81,0 | 48,9 | 60,4 |
|  50–249 zaměstnanců | 91,1 | 61,5 | 67,4 |
|  250 a více zaměstnanců | 93,4 | 68,9 | 73,7 |
| **Odvětví (ekonomická činnost)** |   |   |  |
|  Zpracovatelský průmysl | 85,8 | 49,7 | 57,9 |
|  Výroba a rozvod energie, plynu, tepla | 88,8 | 52,1 | 58,7 |
|  Stavebnictví | 78,1 | 44,7 | 57,3 |
|  Obchod a opravy motorových vozidel | 95,3 | 65,8 | 69,0 |
|  Velkoobchod | 90,9 | 58,2 | 64,0 |
|  Maloobchod | 67,0 | 50,5 | 75,3 |
|  Doprava a skladování | 69,6 | 39,7 | 57,0 |
|  Ubytování | 98,8 | 75,3 | 76,2 |
|  Stravování a pohostinství | 80,1 | 55,2 | 68,9 |
|  Činnosti cestovních agentur a kanceláří | 92,3 | 74,0 | 80,2 |
|  Audiovizuální činnosti; vydavatelství | 97,4 | 75,0 | 77,0 |
|  Telekomunikační činnosti | 96,0 | 73,7 | 76,8 |
|  Činnosti v oblasti IT | 94,3 | 76,6 | 81,2 |
|  Činnosti v oblasti nemovitostí | 83,7 | 51,3 | 61,3 |
|  Profesní, vědecké a technické činnosti | 89,4 | 51,4 | 57,4 |
|  Ostatní administrativní a podpůrné činnosti | 75,9 | 47,7 | 62,9 |

Zdroj: Český statistický úřad, 2019

**Tab. 3.2: Pokročilé funkcionality webových stránek firem s 10 a více zaměstnanci v ČR v roce 2019**

|  |  |
| --- | --- |
|   | webové stránky umožňují návštěvníkům: |
| prohlížet nabídku zboží či služeb prostřednictvím katalogů nebo ceníků | navolit či přizpůsobit si zboží či služby na míru | učinit on-line objednávku či rezervaci |
|
| *% z celkového počtu firem*  | *% z firem* *s webovými stránkami* | *% z celkového počtu firem*  | *% z firem* *s webovými stránkami* | *% z celkového počtu firem*  | *% z firem* *s webovými stránkami* |
| **Firmy celkem (10+)** | **42,6** | **51,2** | **14,4** | **17,2** | **32,1** | **38,6** |
| **Velikost firmy** |   |   |   |   |   |   |
|  10–49 zaměstnanců | 40,3 | 49,7 | 14,1 | 17,4 | 32,1 | 39,6 |
|  50–249 zaměstnanců | 49,7 | 54,5 | 14,4 | 15,8 | 31,1 | 34,2 |
|  250 a více zaměstnanců | 58,0 | 62,1 | 19,6 | 20,9 | 37,6 | 40,3 |
| **Odvětví (ekonomická činnost)** |   |   |   |   |   |   |
|  Zpracovatelský průmysl | 42,3 | 49,3 | 11,4 | 13,3 | 26,0 | 30,3 |
|  Výroba a rozvod energie, plynu, tepla | 45,0 | 50,7 | 5,8 | 6,5 | 16,8 | 19,0 |
|  Stavebnictví | 27,3 | 35,0 | 6,3 | 8,1 | 16,2 | 20,7 |
|  Obchod a opravy motorových vozidel | 69,3 | 72,8 | 40,9 | 42,9 | 59,9 | 62,9 |
|  Velkoobchod | 55,2 | 60,7 | 19,4 | 21,4 | 46,8 | 51,5 |
|  Maloobchod | 50,2 | 74,9 | 24,9 | 37,2 | 42,0 | 62,7 |
|  Doprava a skladování | 26,3 | 37,8 | 9,0 | 12,9 | 27,4 | 39,4 |
|  Ubytování | 79,9 | 80,8 | 45,2 | 45,7 | 87,5 | 88,5 |
|  Stravování a pohostinství | 59,3 | 74,1 | 13,5 | 16,9 | 44,8 | 55,9 |
|  Činnosti cestovních agentur a kanceláří | 83,4 | 90,3 | 55,3 | 59,8 | 81,6 | 88,4 |
|  Audiovizuální činnosti; vydavatelství | 78,9 | 81,0 | 32,9 | 33,8 | 69,9 | 71,8 |
|  Telekomunikační činnosti | 79,9 | 83,2 | 38,3 | 39,9 | 67,9 | 70,8 |
|  Činnosti v oblasti IT | 43,4 | 46,0 | 16,5 | 17,5 | 33,9 | 36,0 |
|  Činnosti v oblasti nemovitostí | 29,1 | 34,8 | 12,8 | 15,2 | 22,2 | 26,5 |
|  Profesní, vědecké a technické činnosti | 27,0 | 30,2 | 8,9 | 10,0 | 25,6 | 28,6 |
|  Ostatní administrativní a podpůrné činnosti | 35,2 | 46,3 | 10,7 | 14,1 | 23,7 | 31,3 |

**Graf. 3.1: Firmy s 10 a více zaměstnanci v ČR s webovými stránkami**

**

*podíl na celkovém počtu firem s 10 a více zaměstnanci v daném roce*

**Graf. 3.2: Firmy s 10 a více zaměstnanci v ČR s webem přizpůsobeným pro mobilní zařízení**



*podíl na celkovém počtu firem s 10 a více zaměstnanci v dané velikostní skupině v daných letech*

Zdroj: Český statistický úřad, 2019

**Graf 3.3: Firmy s vybranými pokročilými funkcionalitami webových stránek – top 5 odvětví v roce 2019**

****

*podíl na celkovém počtu firem s 10 a více zaměstnanci v dané odvětvové skupině*

**Graf 3.4: Firmy s 10 a více zaměstnanci v zemích EU s webovými stránkami v roce 2018**

****

*podíl na celkovém počtu firem s 10 a více zaměstnanci v dané zemi z*droj dat: Eurostat, prosinec 2018

**Graf 3.5: Firmy s 10 a více zaměstnanci v ČR prodávající přes webové stránky**



*podíl na celkovém počtu firem s 10 a více zaměstnanci v dané velikostní skupině v daných letech*

Zdroj: Český statistický úřad, 2019

**Graf 3.6: Firmy s 10 a více zaměstnanci v zemích EU prodávající přes webové stránky v roce 2017**

*\* firmy dané země, které v průběhu roku 2018 obdržely alespoň 1 elektronickou objednávku prostřednictvím web. stránek*

*podíl na celkovém počtu firem s 10 a více zaměstnanci v dané zemi z*droj dat: Eurostat, prosinec 2018

**Graf 3.7: E-prodej přes webové stránky v roce 2018 podle zemí, kam byly elektr. objednávky dodávány**

****

*podíl na celkovém počtu firem s 10 a více zaměstnanci v dané velikostní skupině*

**Graf 3.8: Top 5 odvětví v elektronickém prodeji přes webové stránky v roce 2018 podle typu zákazníků ***podíl na celkovém počtu firem s 10 a více zaměstnanci v dané odvětvové skupině*

Zdroj: Český statistický úřad, 2019

1. Zdrojem dat pro mezinárodní srovnání je databáze Eurostatu, která byla aktualizována v polovině prosince 2018 a údaje v ní se vztahují k roku 2018, údaje za elektronické obchodování se vztahují k roku 2017: [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)