

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. Na webových stránkách firmy představují nejen samy sebe a své produkty, ale v mnoha případech přes vlastní webové stránky i tyto produkty prodávají, nabízejí volné pracovní pozice nebo nabízejí návštěvníkům možnost sledovat stav vyřizování jejich objednávek. Řada firem má dnes web v cizojazyčné verzi.

Hlavní zjištění

- V roce 2023 mělo v Česku **vlastní webové stránky 83 podniků ze sta**, ještě v roce 2001 měla webové stránky necelá polovina subjektů (45 %). Nejvyšší nárůst podnikových webů se však odehrál před rokem 2004, v následujících letech pak narůstal už jen pozvolna a od roku 2014 jejich podíl stagnuje.
- Dle výsledků z posledního šetření mělo webovou prezentaci **nejvíce podniků v odvětví prodej a opravy motorových vozidel (97 %), v mediálním sektoru (95 %), cestovní agentury (95 %)** nebo podniky poskytujícími **ubytování (96 %)**.
- Podíl firem působících v Česku s vlastními webovými stránkami byl roce 2023 o 5 procentních bodů vyšší než je průměr za země evropské sedmadvacítky (78 %) a Česko se tak v tomto ukazateli umístilo **na nadprůměrném devátém místě**.
- V roce 2023 nemělo vlastní web 14 % podniků v Česku. Mezi firmami, které v dnešní době nemají vlastní webové stránky, patří nejčastěji malé firmy s 10 až 49 zaměstnanci (16 %) a z hlediska odvětví jsou to především firmy ze sekce s názvem Doprava a skladování (web nemá 27 % z nich) či Administrativní a podpůrné činnosti (web nemá 23 % z nich).
- Podle posledních výsledků nemá vlastní web polovina firem s 10 a více zaměstnanci v Rumunsku a 45 % podniků v Bulharsku. V průměru EU27 je bez vlastních webových stránek pětina podniků (21 %). Na opačné straně žebříčku je Finsko, kde nemají vlastní webové stránky pouhá 2 % podniků s deseti a více zaměstnanci.

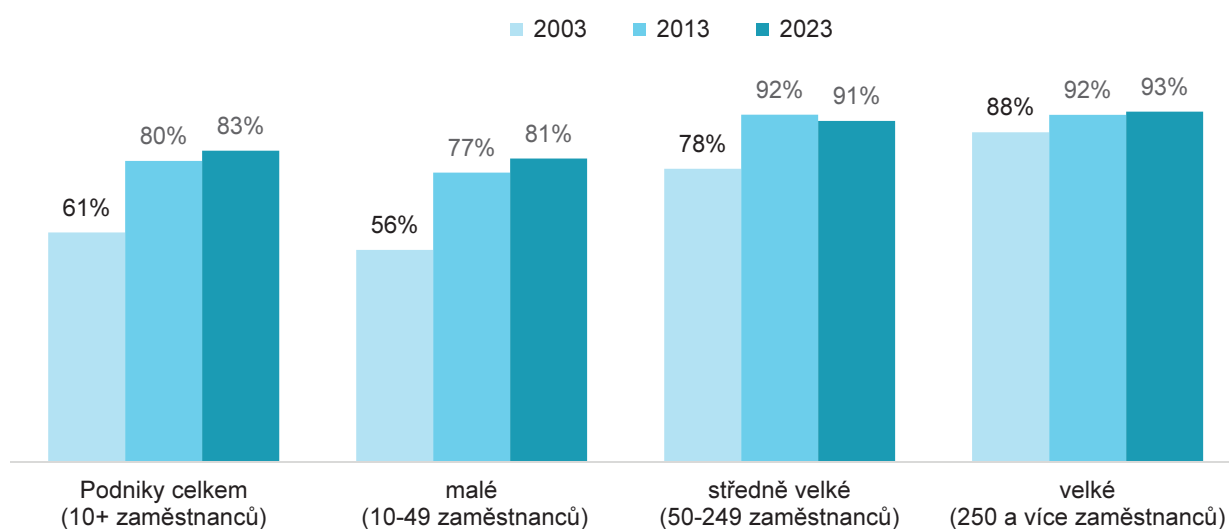
Funkcionality webových stránek podniků

- Nejčastější službou, kterou firemní webové stránky návštěvníkům umožňují, je **prohlížení katalogů nebo ceníků** nabízených výrobků nebo služeb. V roce 2023 to nabízelo **70 % tuzemských firem s webovými stránkami**. Zveřejněnou nabídku zboží či služeb např. v podobě katalogů či ceníků mají na svých webových stránkách nejčastěji cestovní agentury a firmy poskytující ubytování.
- Nabídka volných pracovních míst byla v roce 2023 druhou nejčastější možností, které weby tuzemských firem nabízely. **Volná pracovní místa inzerovalo na svých webových stránkách 41 % firem, které web mají**. Nejčastěji tak činí dlouhodobě firmy působící v oblasti IT. V roce 2013 nabízelo volné pracovní pozice na webových stránkách v Česku 29 % tuzemských podniků s vlastním webem, i tehdy to byly nejčastěji firmy z IT oblasti.
- V roce 2023 mohli zákazníci **objednat nebo rezervovat** nabízené zboží/služby na 40 % firemních webových stránkách. Možnost **přizpůsobit produkt na míru** podle vlastních požadavků zákazníka nabízela v roce 2023 svým zákazníkům pětina podniků s webovými stránkami (21 %). Možnost přizpůsobit podobu nabízených produktů nebo služeb nabízejí nejčastěji, podobně jako v případě online objednávky či rezervace, podniky působící v cestovním ruchu.
- **Sledovat stav vyřizované objednávky** v roce 2023 umožňovalo 14 % tuzemských firem s webovými stránkami, velkých podniků s webovými stránkami byla čtvrtina. Ze sledovaných odvětví nabízely monitorování stavu zakázky nejčastěji firmy působící v maloobchodě (46 %), ze zpracovatelského průmyslu to byly podniky zabývající se výrobou oděvů (36 %).
- **Možnost upravit vzhled webu nebo jeho zobrazovaný obsah** přihlášeným uživatelům nabízelo 6 % firem v Česku s webovými stránkami, nejčastěji firmy působící v maloobchodě (18 %) nebo cestovní kanceláře (16 %).

Webové stránky podniků dostupné v cizích jazycích

- **Webové stránky pouze v češtině** měla v roce 2023 více než polovina (51 %) podniků s deseti a více zaměstnanci. Podíl firem s webem dostupným pouze česky je nejvyšší v malých firmách (54 %) a se zvyšující se velikostí firmy tento podíl významně klesá. Velkých podniků (s více než 250 zaměstnanci), které mají web pouze v českém jazyce, bylo 26 %. Mezi majiteli webových stránek výhradně v českém jazyce nalézáme nejvíce firem zabývajících se prodejem nebo opravami motorových vozidel (82 %), dále pak subjekty působící ve výrobě a rozvodu energií, ve stavebnictví a v telekomunikačních činnostech (v každém ze zmíněných odvětví má 72 % podniků webové stránky pouze v češtině).
- Třetina tuzemských podniků (32 %) měla v roce 2023 **webové stránky v cizojazyčné verzi**. Mohlo jít o kombinaci čeština a nějaký cizí jazyk (jazyky) nebo web v cizím jazyce (jazycích). Zde jde, na rozdíl od webových stránek pouze v češtině, o opačnou situaci vzhledem k velikosti podniků. Webové stránky i v cizojazyčné verzi mají nejčastěji velké podniky (67 % z nich) a nejméně často malé firmy (27 %).
- 14 % tuzemských podniků mělo v roce 2023 **webové stránky dostupné v alespoň dvou cizích jazycích**. Tuto možnost nabízely dvě pětiny velkých podniků (39 %), více než polovina podniků (51 %) poskytujících ubytování, 41 % podniků v elektrotechnickém nebo strojírenském průmyslu a 30 % podniků z automobilového průmyslu.
- Výskyt cizojazyčné verze webových stránek se také významně liší v závislosti na oborech podnikání. Důležitou roli zde hraje to, zda firmy nabízejí své výrobky či služby také do zahraničí. Cizojazyčné webové stránky mají tři čtvrtiny firem poskytujících ubytování (74 %) a více než 64 % subjektů působících v automobilovém, elektronickém, elektrotechnickém nebo strojírenském průmyslu.
- Z cizojazyčných verzí webových stránek výrazně převažují ty v anglickém jazyce, má je 29 % tuzemských podniků. S velkým odstupem následují stránky v jazyce německém (12 % podniků).
- Mezinárodní srovnání zemí EU27 je dostupné pro ukazatel **podniky s webovými stránkami dostupnými v alespoň dvou jazycích**. V tomto případě může jít o kombinaci národního jazyka a jakéhokoli dalšího jazyka, nebo dvou či více cizích jazyků. Českých podniků, které měly v roce 2023 web dostupný v alespoň dvou cizích jazycích, bylo 30 %, jde o obdobný podíl jako v případě podniků na Slovensku nebo v Rakousku. Průměr za EU27 v roce 2023 činil 27 %.
- V odvětví ubytování má vzhledem k povaze poskytovaných služeb nejvíce podniků web v cizojazyčné verzi. Platí to i pro ukazatel web dostupný v alespoň dvou jazycích. V průměru EU27 mělo **v odvětví ubytování dvoujazyčné webové stránky 68 % podniků, tuzemských podniků bylo 73 %**. Nejvíce podniků v odvětví ubytování, které mají web dostupný ve dvou a více jazycích, nalezneme ve Finsku (95 %), nejméně v Rumunsku (14 %).

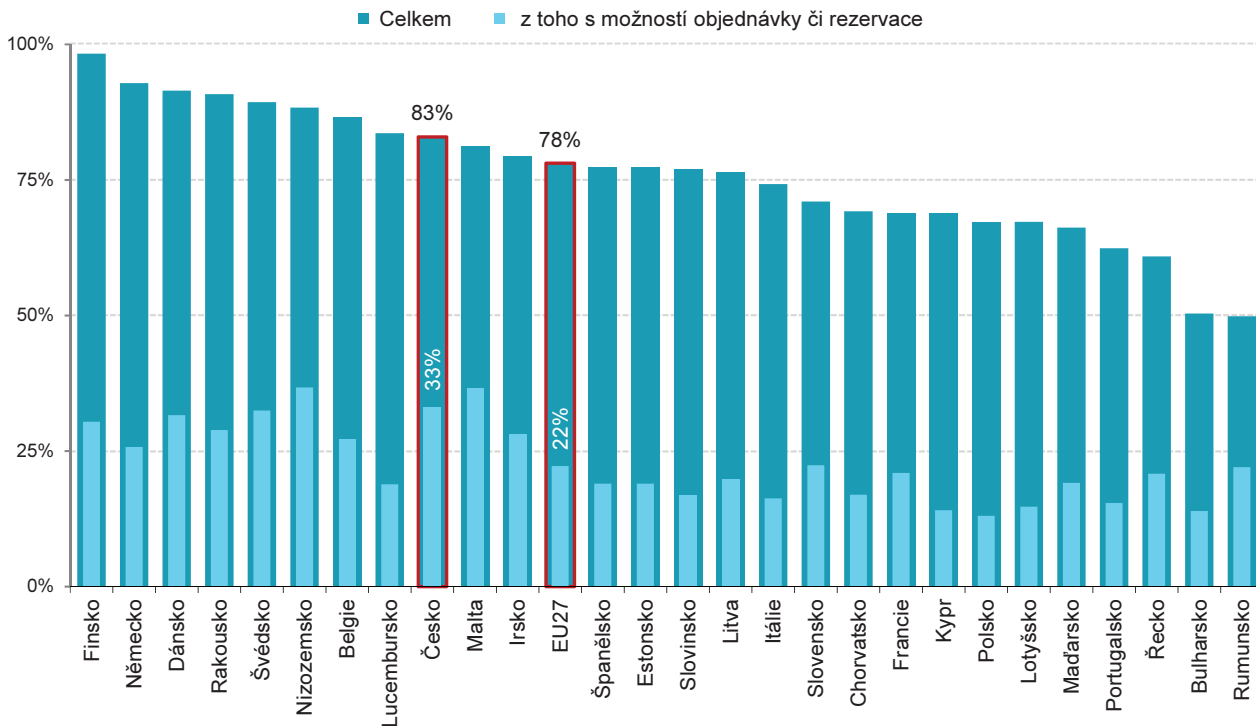
Graf 3.1: Podniky v ČR s webovými stránkami



% z celkového počtu podniků v dané velikostní skupině v daném roce

Zdroj: Český statistický úřad

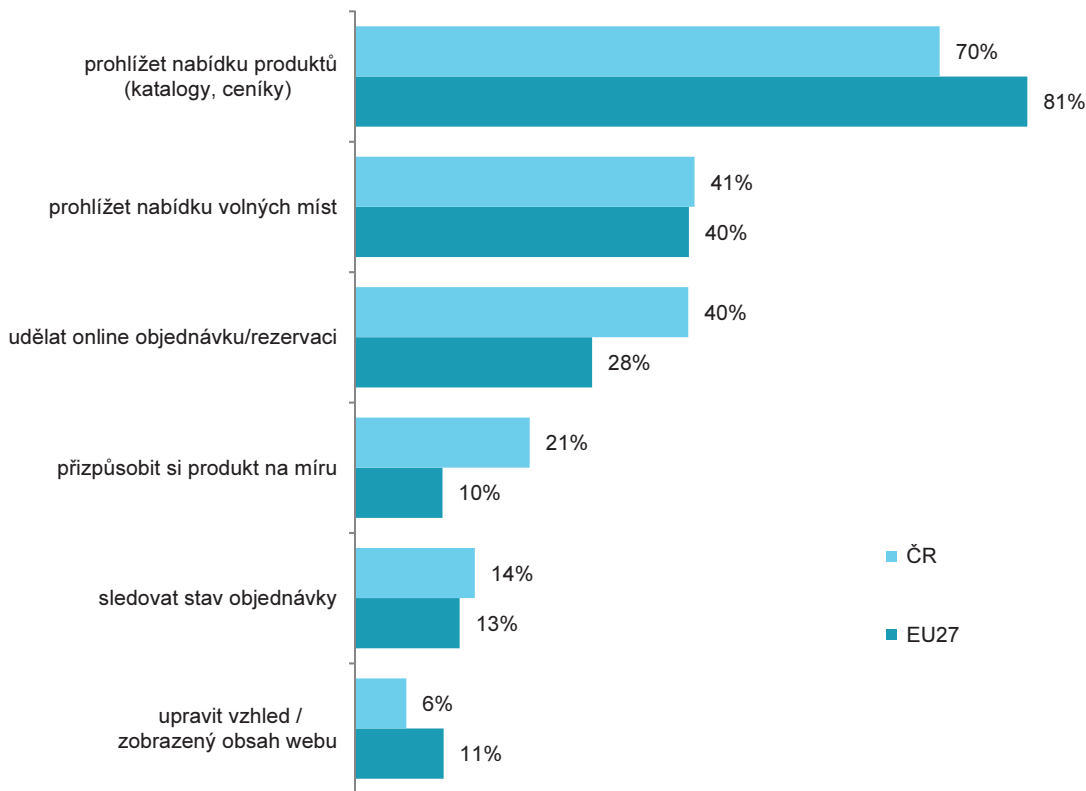
Graf 3.2: Podniky v zemích EU27 s webovými stránkami; 2023



% z celkového počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané zemi

zdroj dat: Eurostat, prosinec 2023

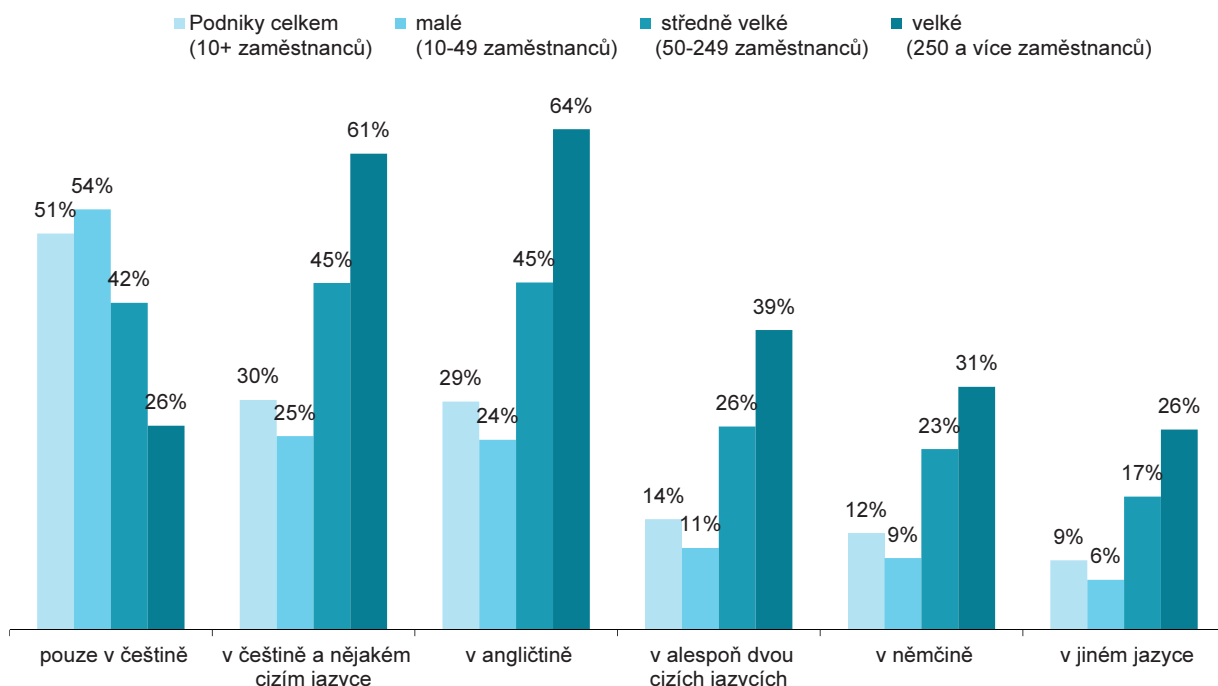
Graf 3.3 Podniky v ČR a v EU27, jejichž webové stránky umožňují návštěvníkům:; 2023



% z celkového počtu podniků s 10 a více zaměstnanci s webovými stránkami

zdroj dat: Eurostat, prosinec 2023

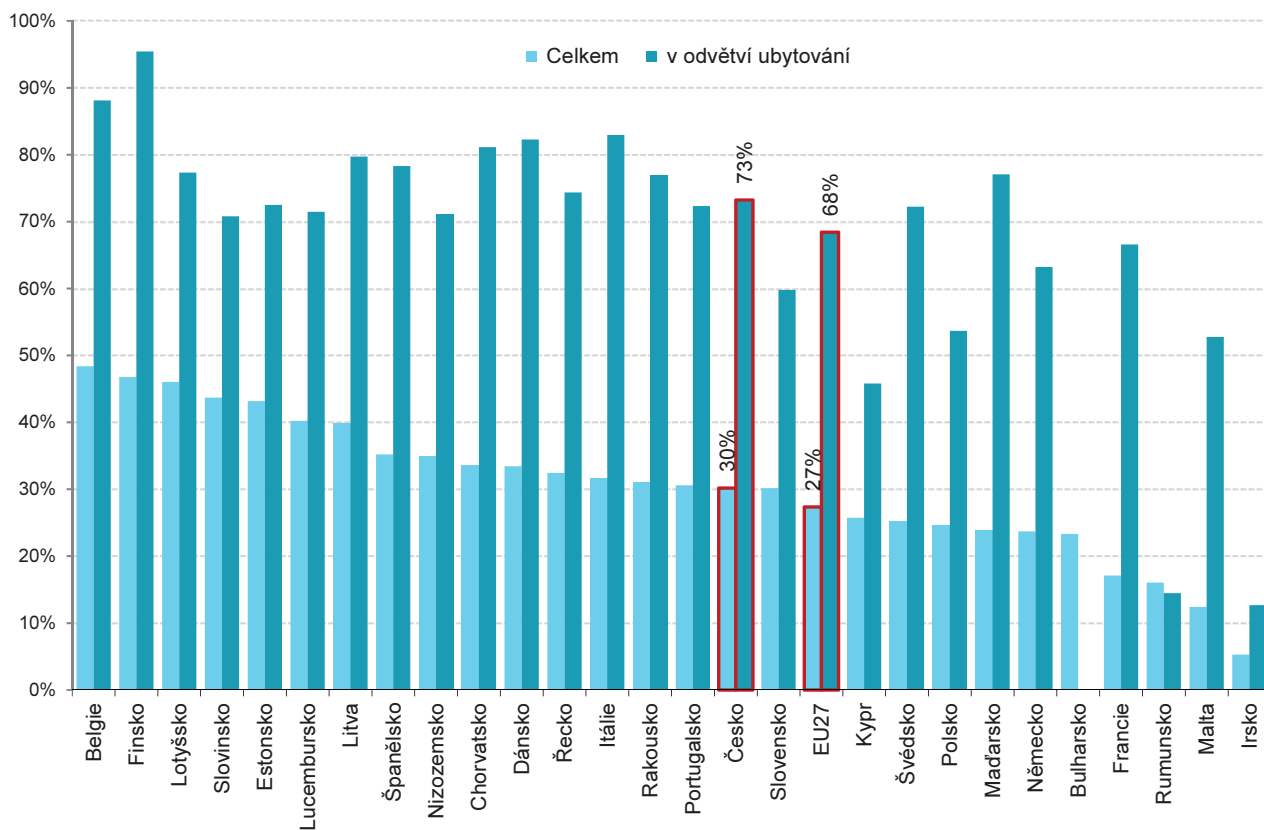
Graf 3.4 Podniky v ČR podle dostupnosti webu v češtině resp. cizích jazycích; 2023



% z celkového počtu podniků v dané velikostní skupině

Zdroj: Český statistický úřad

Graf 3.5: Podniky v zemích EU27 s webem dostupným alespoň ve dvou jazycích; 2023



% z celkového počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané zemi

zdroj dat: Eurostat, prosinec 2023