

4. Webové stránky, jejich využití, dostupnost v cizích jazycích

Podniky se mohou díky internetu velmi efektivně prezentovat a zvyšovat povědomí o své existenci. Mohou zde 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 objednávky. Třetina firem má dlouhodobě web v cizojazyčné verzi.

Hlavní zjištění

- V roce 2025 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 poskytujících ubytování a také v mediálním sektoru** (NACE 58-60), v každém z těchto odvětví shodně **97 %**. Ze zpracovatelského průmyslu má webové stránky nejvíce podniků z elektrotechnického a strojírenského průmyslu (95 %), v odvětvových sekcích D+E (Výroba a rozvod energie, plynu, vody, tepla a činnosti související s odpady) má vlastní web 93 % podniků. Webové stránky má 95 % podniků působících v telekomunikačních činnostech, 94 % podniků zabývajících se opravami nebo prodejem automobilů a více než 92 % podniků působících ve velkoobchodě.
- Podíl firem působících v Česku s vlastními webovými stránkami byl v roce 2025 o 4 procentní body vyšší, než je průměr za země evropské sedmadvacítky (79 %) a Česko se tak v tomto ukazateli umístilo na **11. místě nad průměrem EU**.
- V roce 2025 nemělo vlastní web 17 % podniků v Česku. Mezi firmy, které v dnešní době nemají vlastní webové stránky, patří nejčastěji t 10 až 49 zaměstnanci (19 %) a z hlediska odvětví jsou to především firmy ze sekce H Doprava a skladování (web nemá 33 % z nich) či ze sekce N Administrativní a podpůrné činnosti (web nemá 36 % z nich).
- V roce 2025 byla pětina podniků v průměru EU27 (21 %) bez vlastních webových stránek. Vlastní web nemá polovina firem s 10 a více zaměstnanci v Bulharsku a 46 % podniků v Rumunsku. Na opačné straně žebříčku je Finsko, kde vlastní webové stránky neměla 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 2025 ji nabízelo **63 % 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 (v každém tomto odvětví více než 91 % podniků s webovými stránkami).
- Nabídka volných pracovních míst byla v roce 2025 druhou nejčastější možností, které weby tuzemských firem nabízely. **Volná pracovní místa** inzerovalo na svých webových stránkách 41 % firem, které web mají, nejčastěji firmy působící v oblasti IT. Pro srovnání: 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 2025 mohli zákazníci **objednat nebo rezervovat** nabízené zboží/služby na 37 % firemních webových stránkách. Možnost **přizpůsobit produkt na míru** podle vlastních požadavků zákazníka nabízelo v roce 2025 svým zákazníkům 13 % podniků s webovými stránkami. 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 2025 umožňovalo 14 % tuzemských firem s webovými stránkami, velkých podniků s webovými stránkami bylo 22 %. Ze sledovaných odvětví nabízely monitorování

stavu zakázky nejčastěji firmy působící v maloobchodě (35 %) nebo cestovní agentury a kanceláře (35 %), ze zpracovatelského průmyslu to byly podniky zabývající se výrobou oděvů či obuvi (39 %).

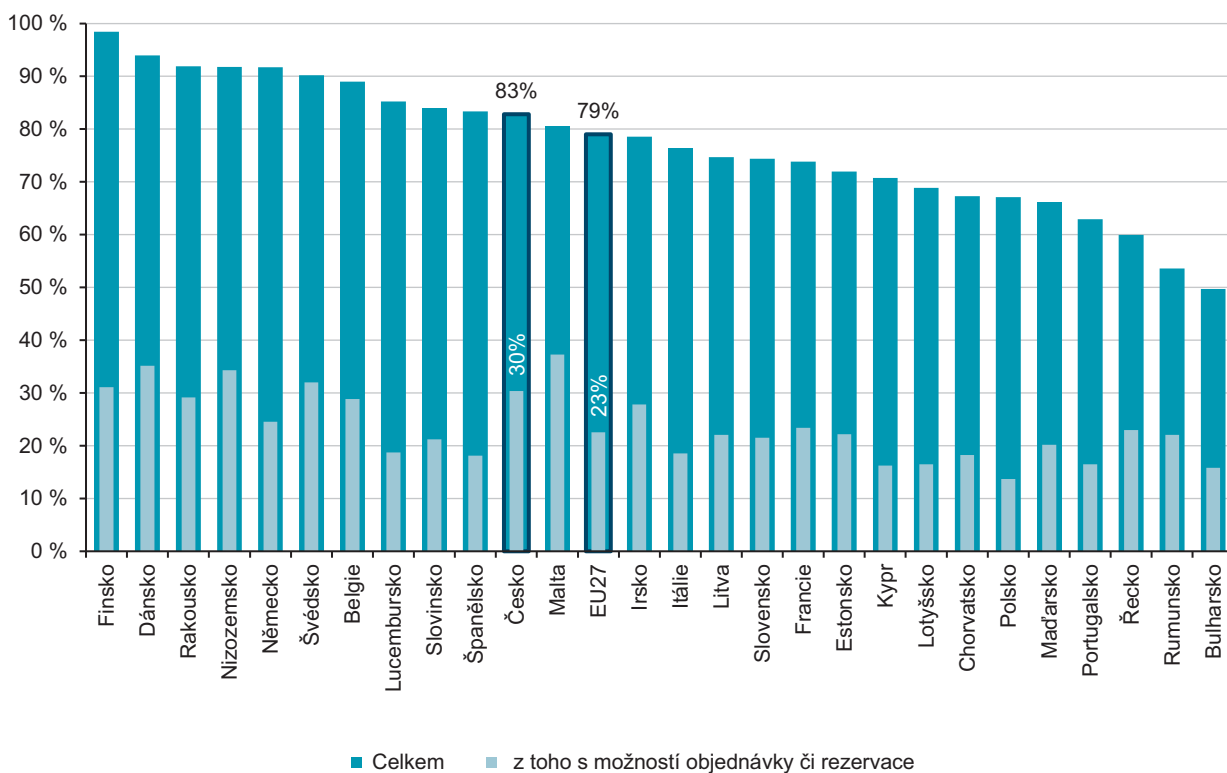
- **Možnost upravit vzhled webu nebo jeho zobrazovaný obsah** přihlášeným uživatelům nabízelo 13 % firem v Česku s webovými stránkami, nejčastěji firmy působící ve velkoobchodě (32 %) nebo cestovní kanceláře (32 %).

Webové stránky podniků dostupné v češtině a cizích jazycích

- **Webové stránky pouze v češtině** měla v roce 2025 polovina (49 %) všech podniků s deseti a více zaměstnanci, resp. 60 % podniků s webovými stránkami. Podíl firem s webem dostupným pouze česky je nejvyšší v malých firmách (67 %) a se zvyšující se velikostí firmy tento podíl významně klesá. Velkých podniků, které mají web pouze v českém jazyce, bylo 28 %. Mezi majiteli webových stránek výhradně v českém jazyce nalézáme nejvíce firem ze stavebnictví (84 %), firem zabývajících se prodejem nebo opravami automobilů (84 %) a z telekomunikačních činností (82 %).
- Pětina firem s webovými stránkami měla v roce 2025 **web v češtině a zároveň v jednom cizím jazyku** (21 %). Dalších 16 % firem mělo webové stránky **v češtině a dvou nebo více cizích jazycích**. Obě tyto kombinace jsou typické především pro velké nebo středně velké podniky. Nejméně se naopak vyskytují na webech malých firem. Webové stránky **pouze v jednom nebo více cizích jazycích** se vyskytují relativně vzácně (3 % firem s webem), mají je opět především střední (6 %) nebo velké podniky (7 %).
- Třetina tuzemských podniků (34 %) měla v roce 2025 **webové stránky v cizojazyčné verzi**. Za cizojazyčný web považujeme případy, kdy má firma webové stránky v češtině a zároveň alespoň v jednom cizím jazyku nebo pouze v cizím jazyku či jazycích. Webové stránky i v cizojazyčné verzi mají nejčastěji velké podniky (68 % z nich) a nejméně často malé firmy (27 %).
- 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 měly v roce 2025 nejčastěji podniky v ubytování (71 %) nebo ve výrobě automobilů (69 %).
- Z cizojazyčných verzí webových stránek **výrazně převažují ty v anglickém jazyce**, má je 38 % tuzemských podniků s webovými stránkami. S velkým odstupem následují stránky v jazyce německém (15 % podniků s webovými stránkami). Desetina podniků, které mají webové stránky, je má v jiném než anglickém nebo německém jazyce.
- 14 % všech tuzemských podniků, resp. 17 % podniků s vlastním webem, mělo v roce 2025 **webové stránky dostupné v alespoň dvou cizích jazycích**. Tuto možnost nabízely především velké podniky (39 % velkých podniků s webem) a z hlediska odvětví šlo nejčastěji o podniky poskytující ubytování (43 % podniků s webovými stránkami), nebo z elektrotechnického, strojírenského nebo automobilového průmyslu (více než 39 % podniků s vlastním webem v těchto odvětvích).
- 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. Podniků v Česku, které měly v roce 2025 web dostupný v alespoň dvou cizích jazycích, bylo 32 %, jde o obdobný podíl jako v případě podniků na Slovensku, ve Švédsku nebo v Portugalsku. Průměr za EU27 v roce 2025 činil 30 %.
- Vzhledem k povaze poskytovaných služeb má nejvíce podniků web v cizojazyčné verzi v odvětví ubytování. Platí to i pro ukazatel web dostupný v alespoň dvou jazycích. V průměru EU27 mělo **v odvětví ubytování dvoujazyčné webové stránky 72 % podniků, v Česku to bylo 69 %**. Nejvíce podniků v odvětví ubytování, které mají web dostupný ve dvou a více jazycích, nalezneme ve Finsku (98 %) nebo v Chorvatsku (96 %), nejméně v Irsku (14 %).

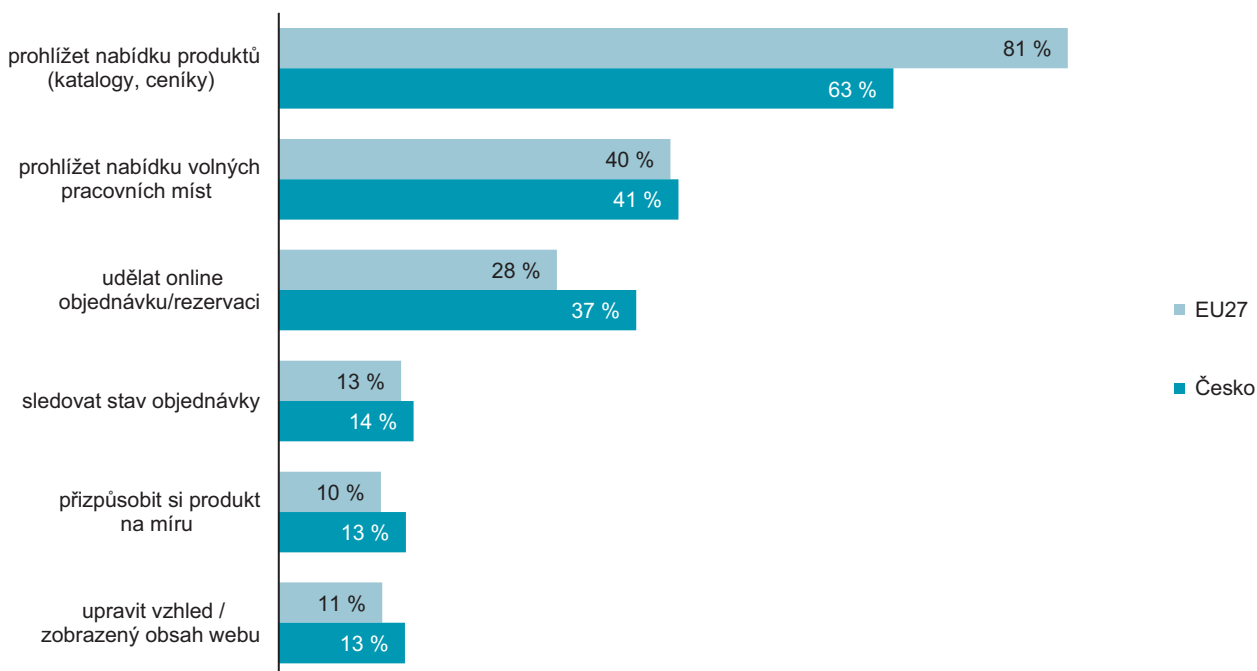
Graf 4.1: Podniky v zemích EU27 s webovými stránkami v roce 2025

(% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci v dané zemi)



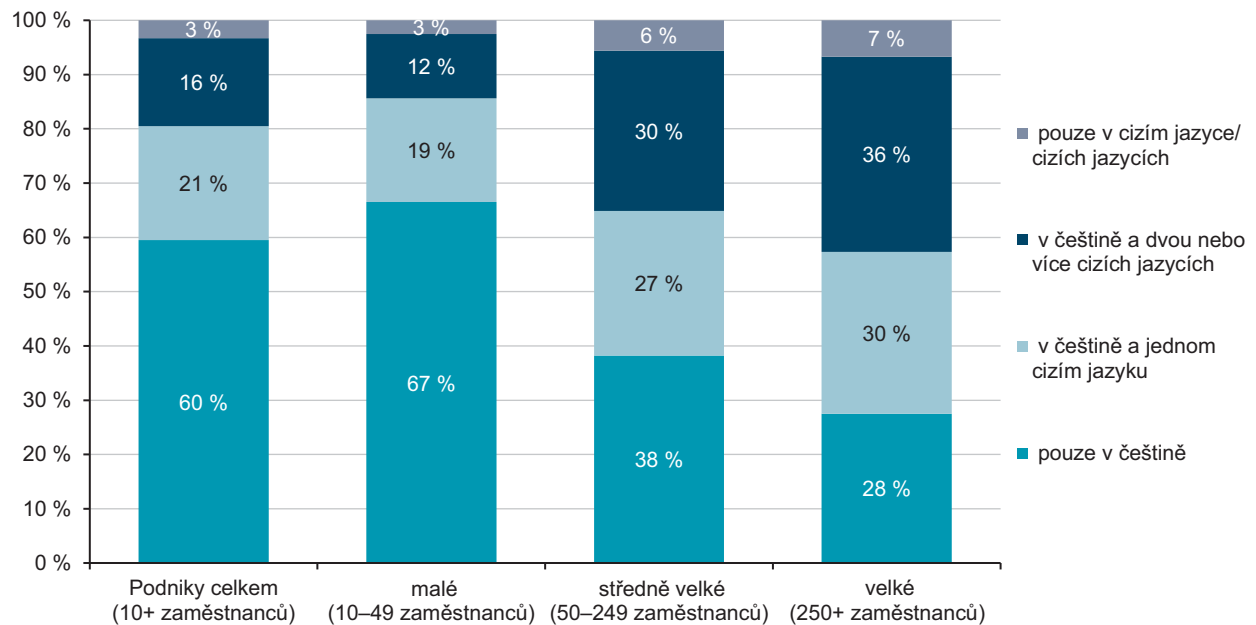
Graf 4.2 Podniky v Česku a v zemích EU27 s webem umožňujícím návštěvníkům v roce 2025:

(% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci s webovými stránkami)



Graf 4.3 Dostupnost webových stránek podniků v Česku v češtině a v cizích jazycích v roce 2025

(% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci s webovými stránkami)



Graf 4.4: Podniky v zemích EU27 s webem dostupným alespoň ve dvou jazycích v roce 2025

(% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci v dané zemi)

