

ČESKÁ INTERNETOVÁ EKONOMIKA

*To nejdůležitější ze
studie 2016*



www.studiespir.cz

Úvodem

Předkládaný výběr ze studie Česká internetová ekonomika 2016¹ přináší základní data, která poskytují pohled na internetovou ekonomiku. Kromě výše příspěvku internetové ekonomiky k HDP, dopadu na zaměstnanost a dalších témat, jakými jsou například využívání informačních a komunikačních technologií v podnicích, v domácnostech a mezi jednotlivci, zde najdete také trendy a bariéry rozvoje internetové ekonomiky.

Podíl internetové ekonomiky na HDP za rok 2015 je porovnán s rokem 2011 tak, aby studie pokrývala a aktualizovala celé období od svého prvního vydání. Příspěvek za rok 2011 je dopočítán zpětně dle metodiky pro studii Česká internetová ekonomika 2016, aby byly oba údaje vzájemně porovnatelné.

Studie pracuje s termínem internetová ekonomika, který není identický s pojmem digitalizace ekonomiky, který chápeme jako přesah internetu do veškerých oblastí průmyslu, obchodu a běžného života. Tématu měřitelnosti dopadu digitalizace ekonomiky se věnuje příloha studie, jejímž autorem je Ing. Petr Koubský, CSc. Příloha je dostupná v plné verzi studie na www.studiespir.cz.

SPIR

Zadavatelem studie je Sdružení pro internetový rozvoj v České republice, z.s.p.o. (SPIR), profesní sdružení působící v oblasti internetu od roku 2000. Kromě provozování výzkumu návštěvnosti internetu NetMonitor realizuje projekt monitoringu internetové reklamy AdMonitoring, analýzy zásahu reklamních kampaní AdAudit a odbornou konferenci o internetovém marketingu IAC. Ve svých aktivitách zasahuje do dalších, neinzertních oblastí, jako jsou právní aspekty internetového podnikání, komunikace se státní správou atd. Poskytuje také expertní analýzy vývoje internetového trhu u nás a je samoregulátorem audiovizuálního a autorsky chráněného obsahu na internetu a garantem samoregulačního rámce pro online behaviorální reklamu (OBA) v ČR.

Vážení čtenáři,

dostává se vám do rukou výběr nejzajímavějších dat ze studie Česká internetová ekonomika 2016.

O tom, že internetová ekonomika je integrální součástí národního i globálního hospodářství, v dnešní době snad už nikdo nepochybuje. Prakticky všechny tuzemské podniky byly v roce 2015 připojeny k internetu, v prodeji prostřednictvím internetu je ČR na téměř dvojnásobku průměru EU, sektor ICT zaměstnává více osob než například energetika, digitální gramotnost je podmínkou stále většího počtu pracovních pozic. Soukromý sektor působící v oblasti internetu často dokazuje, že je schopen se výrazně prosazovat nejen v českém prostředí, ale i na globální úrovni.

Permanentní a razantní proměna téměř všech aspektů života vytváří stále větší výzvy v oblasti vzdělání, technologií, zaměstnanosti, spotřebitelských trendů, sdílení informací a služeb nebo automatizace procesů. Budou to výzvy, na něž nebude snadné nacházet odpovědi, natož při nich držet krok s globální konkurencí. O to větší důraz by měla česká vláda, český parlament a celá politická reprezentace klást na to, aby se rozvoj digitální ekonomiky stal jednou z nejvýraznějších politických priorit ČR.

Bohužel se k ideálnímu stavu propracováváme pohříchu pomalu. Úroveň českého eGovernmentu patří dlouhodobě k nejhorším v Evropě, nejsme schopni využít potenciál, který nabízejí evropské dotace pro dobudování infrastruktury vysokorychlostního internetu, naopak se množí snahy z principu svobodného prostředí internetu svázat, omezit či do něj zasahovat cenzurními zásahy.

Přesto nezbyvá než věřit, že stále silněji znějícímu hlasu odborné veřejnosti bude dopřáno většího sluchu a že intenzivnější komunikace všech zainteresovaných stran přinese své ovoce. A že podobně, jako se daří například otevírat data státní správy a zpřístupňovat je k dalšímu využití, bude se dařit nacházet společnou řeč i v dalších oblastech digitalizace ekonomiky. Snad i díky naší studii bude o něco jasnější, jak klíčovou roli pro nás pro všechny zdravý rozvoj digitálního prostředí hraje.

Závěrem mi dovoluji připomenout, že tato brožura představuje výběr dat. Pro ucelený pohled vám doporučuji celou studii, kterou naleznete na www.studiespir.cz.

Ján Simkanič
předseda výkonné rady Sdružení pro internetový rozvoj

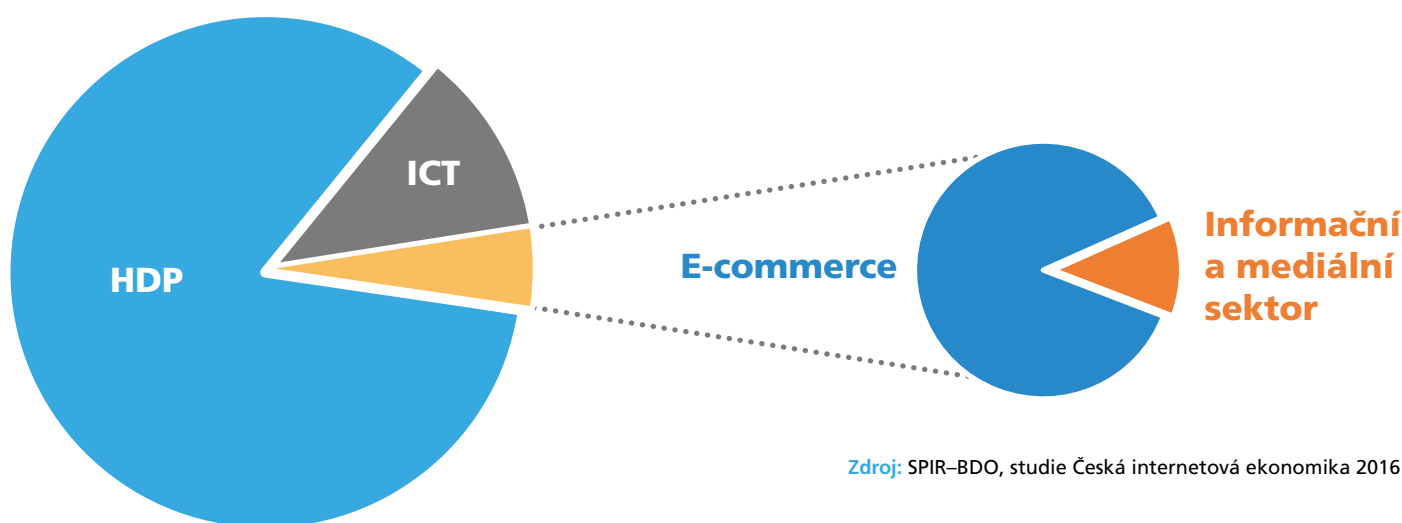
¹ Celá studie je dostupná na www.studie.spir.cz.

1 Celkový příspěvek internetové ekonomiky k HDP² ČR v roce 2015 činí 4,13 %. Oproti roku 2011 došlo k nárůstu o 15 % z 164 mld. v roce 2011 na 188 mld. v roce 2015.

Internetová ekonomika tvoří přibližně 4,13 % HDP ČR. Největší část příspěvku (3,85 %) je tvořena ICT sektorem ve výši 175 mld. Kč, doplněk je tvořen e-commerce a informačním a mediálním sektorem. Pro srovnání např. příspěvek zdravotnictví k HDP činí 3,99 %, zemědělství 2,27 %, oblasti bankovních služeb a peněžnictví 3,77 %.

Celkový **PŘÍSPĚVEK** měřitelné části internetové ekonomiky³ k HDP ČR tvoří **PŘIDANÁ HODNOTA** ICT sektoru + informačního a mediálního sektoru včetně internetové reklamy + e-commerce.

Graf 1 • Podíl internetové ekonomiky na HDP ČR



Zdroj: SPIR-BDO, studie Česká internetová ekonomika 2016

ICT sektor pokrývá vybraná odvětví zpracovatelského průmyslu – ICT zpracovatelský průmysl a vybraná odvětví v oblasti služeb – ICT služby. Ekonomické činnosti⁴ ICT sektoru jsou

(1) **ICT výroba – ICT zpracovatelský průmysl**

(2) **ICT služby** (tj. ICT obchod – velkoobchod s počítačovým a komunikačním zařízením, telekomunikační činnosti a IT služby – služby v oblasti IT).

Informační a mediální sektor (vydavatelské a informační činnosti a audiovizuální činnosti) zahrnuje kombinaci ekonomických činností produkujících, vydávajících a/nebo šířících obsah primárně určený k informování, vzdělávání a/nebo pobavení lidí prostřednictvím masových médií (komunikačních prostředků).

E-commerce jsou transakce uskutečněné prostřednictvím internetu.

² Definice ČSÚ: Hrubý domácí produkt (HDP) je peněžním vyjádřením celkové hodnoty statků a služeb nově vytvořených v daném období na určitém území; používá se pro stanovení výkonnosti ekonomiky.

³ Internetová ekonomika = sektor informačních a komunikačních technologií + informační a mediální sektor + oblast e-commerce + internetová reklama.

⁴ Prostřednictvím Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) https://www.czso.cz/csu/czso/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_cz_nace

2 Rozvoj ICT výrobků a technologií akceleruje expanzi internetu do dalších oblastí.

IT služby jsou odvětvím s významným potenciálem budoucího rozvoje. Přidaná hodnota IT služeb roste průměrným ročním tempem 7,6 %, mezi lety 2011 až 2015 vzrostla o 34 % a v roce 2015 tvořila 46 % tržeb odvětví.

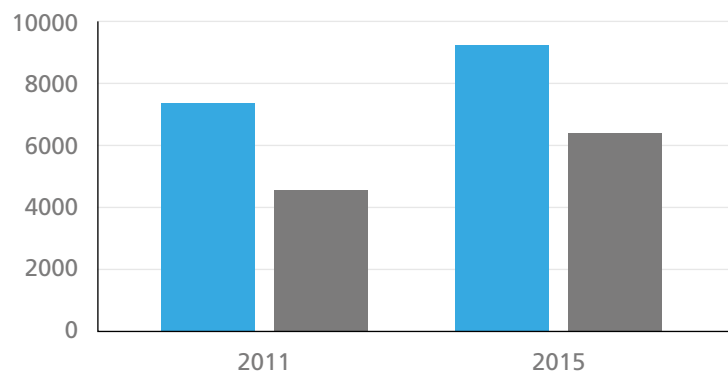
Tabulka 1 • Přidaná hodnota ICT sektoru (mil. Kč)

	2011	2012	2013	2014	2015
ICT průmysl celkem – výroba ICT	12 224	14 400	15 949	17 046	15 661
Výroba PC a elektronických součástek	7 386	7 076	7 953	8 728	9 149
Výroba komunikačních zařízení a spotřební elektroniky	4 838	7 324	7 996	8 318	6 512
ICT služby celkem	145 089	144 862	143 058	148 854	159 649
Velkoobchod s PC a komunikačním zařízením	9 198	9 701	10 381	11 105	11 946
Telekomunikační činnosti	59 992	55 117	49 077	46 543	45 996
IT služby	75 900	80 044	83 600	91 206	101 708
IT služby (průměrné roční tempo růstu)					7,59 %
IT služby (nárůst 2015/2011)					34,00 %
ICT sektor celkem	157 314	159 262	159 007	165 899	175 310
Meziroční změna		1,24%	-0,16%	4,33%	5,67%
Průměrné roční tempo růstu					2,74%

Zdroj: ČSÚ, Odvětví informační ekonomiky (2016)

Podíl ICT sektoru na HDP ČR je v největší míře ovlivněn nárůstem absolutní přidané hodnoty IT služeb: + 25 808 mil. Kč v roce 2015 oproti roku 2011. Přidaná hodnota ICT sektoru na celkových tržbách v roce 2015 dosáhla 175 mld. Kč. Došlo k zřetelnému nárůstu jak v odvětví výroby PC a elektronických součástek o 23 %, tak ve výrobě komunikačních technologií a spotřební elektroniky o 35 %.

Graf 2 • Tržby ICT průmyslu v letech 2011 a 2015



**Výroba PC
a elektronických součástek**

**Výroba komunikačních zařízení
a spotřební elektroniky**

Zdroj: ČSÚ, Odvětví informační ekonomiky (2016), zpracování grafu BDO

3 Příspěvek informačního a mediálního sektoru k HDP je 1,75 mld. Kč. Nejvyšší podíl patří internetové reklamě, oproti roku 2011 se zvýšila o 68 %.

Podíl informačního a mediálního sektoru na HDP ČR, definovaný přidanou hodnotou odvětví, je tvořen dvěma dílčími složkami: (1) **informačním a mediálním sektorem** a (2) **inzertními výkony z reklamy na internetu**. Celkový příspěvek informačního a mediálního sektoru k HDP ČR je dán součtem obou výše uvedených složek a **dosahuje nominální hodnoty 1 744 mil. Kč**. Příspěvek vybrané části informačního a mediálního sektoru tvoří 244 mil. Kč, příspěvek daný výkony internetové reklamy 1 504 mil. Kč.

Tabulka 2 • Tržby za výkony internetové reklamy (mil. Kč)

Druh internetové reklamy	2011	2012	2013	2014	2015
Display	5 001	5 478	6 762	7 087	6 651
Search	1 871	2 871	2 902	3 361	3 656
Obsahové sítě	795	1 207	1 428	1 580	2 194
Videoreklama	314	522	689	907	1 089
Katalogy a řádková inzerce	920	902	1 201	1 256	906
RTB	-	9	45	90	198
Mobilní display	39	76	103	153	189
PR články	-	86	178	150	161
Celkem	8 939	11 151	13 307	14 584	15 044
Meziroční změna		24,77 %	19,33 %	9,60 %	3,15 %
Průměrné roční tempo růstu					13,90 %
Nárůst 2015/2011					68,30 %

Zdroj: SPIR, Inzertní výkony (2016)

4 Mezi lety 2011 a 2015 v e-commerce došlo k nárůstu tržeb o 84 %.

Objem tržeb v e-commerce v ČR roste ročním tempem cca 16,5 %. Přidaná hodnota tvoří 18 % tržeb e-commerce. Podíl e-commerce na HDP ČR je dán očištěnou přidanou hodnotou ve výši **11 081 mil. Kč**.

Tabulka 3 • Vývoj tržeb a odhadované přidané hodnoty e-commerce v ČR (v mil. Kč)

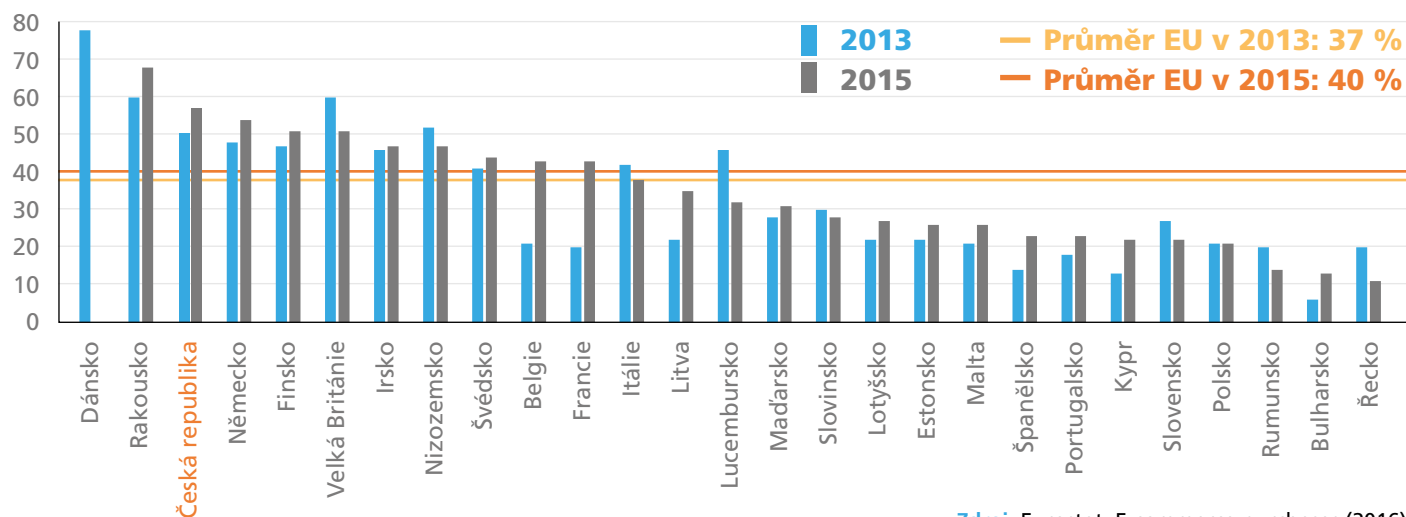
E-commerce v ČR	2011	2012	2013	2014	2015
Tržby	44 000	51 000	58 000	67 000	81 000
Tržby snížené o prodej ICT výrobků za rok 2015					61 560
Přidaná hodnota e-commerce bez prodeje ICT výrobků za rok 2015					11 081
Nárůst tržeb 2015/2011					84,09 %

Zdroj: APEK, Heureka, vlastní výpočty zpracovatele

5 Prodej podniků přes počítačové sítě zařadil ČR v roce 2015 na 3. místo ze zemí EU.

Podniky v ČR používají k obchodování ve velké míře tzv. **počítačové sítě** (internet, intranet, pronajaté datové okruhy). V roce 2015 přes ně nakupovalo více než **56 % podniků** a ČR se ve srovnání se státy EU zařadila na 3. místo za Dánsko a Rakousko.

Graf 3 • Podniky v EU nakupující přes počítačové sítě (v %)

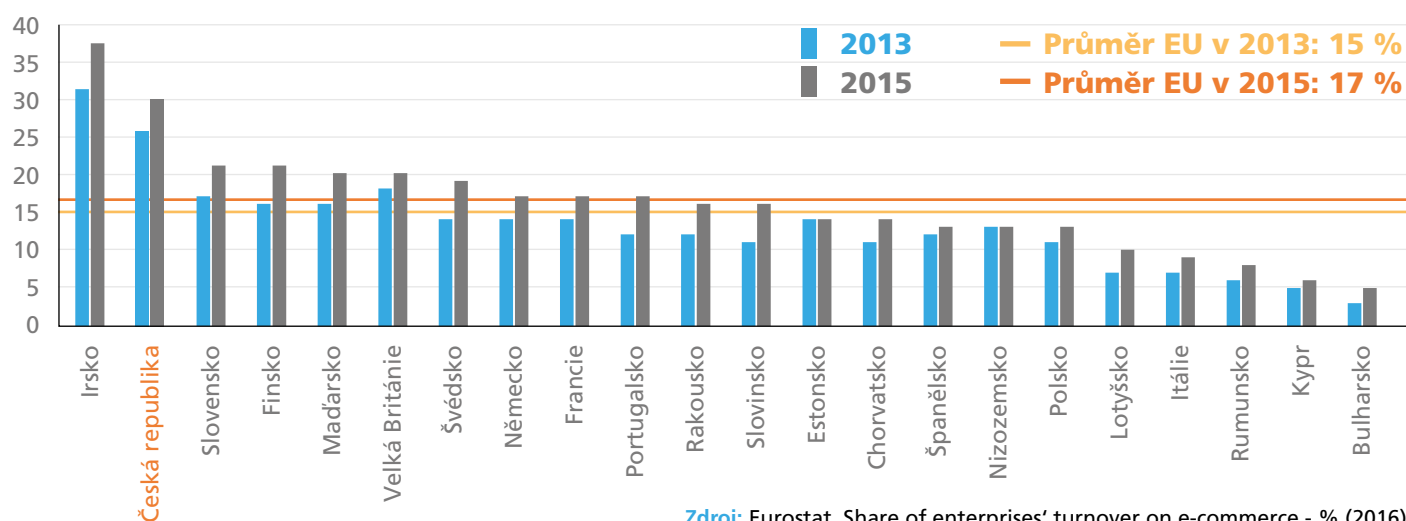


Zdroj: Eurostat, E-commerce purchases (2016)

6 České podniky realizovaly prostřednictvím počítačových sítí 30 % svých tržeb, což je téměř dvojnásobek průměru EU.

Česká republika se v roce 2015 umístila na 2. místě v rámci zemí EU v podílu tržeb z elektronických prodejů na celkových tržbách. V rámci zemí EU byl v roce 2015 největší podíl tržeb z elektronických prodejů na celkových tržbách zaznamenán u podniků v Irsku (37 %).

Graf 4 • Podíl tržeb z el. prodejů na celkových tržbách v podnicích ve vybraných zemích EU (v %)



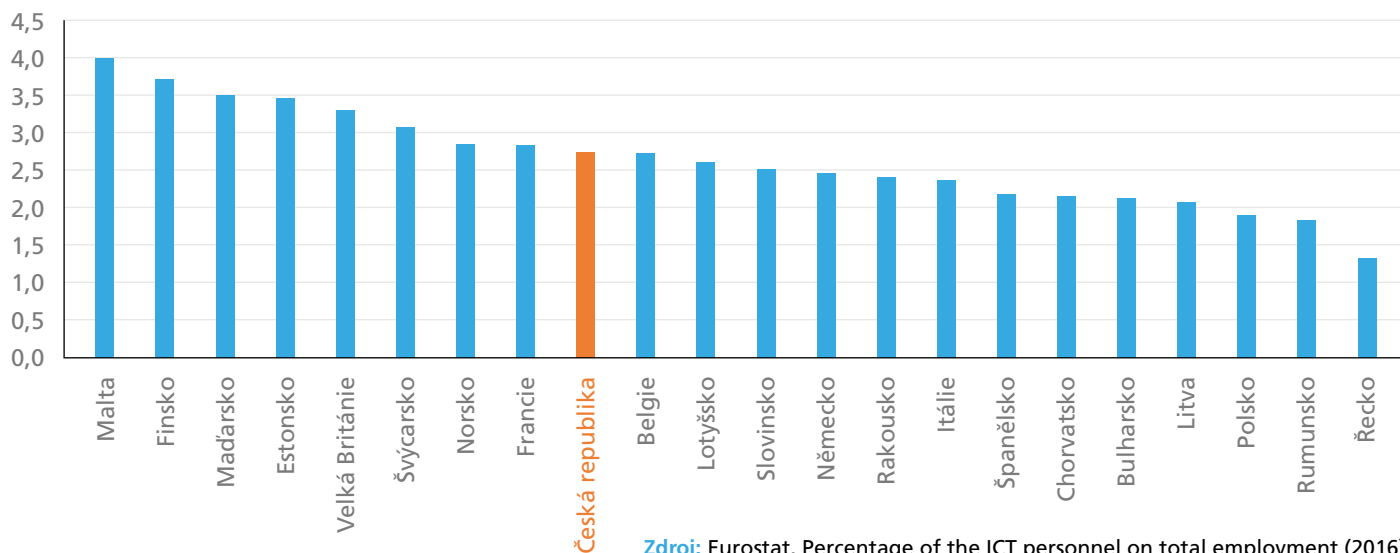
Zdroj: Eurostat, Share of enterprises' turnover on e-commerce - % (2016)

7 V ICT sektoru pracuje 2,9 % osob, tj. 140 418 pracovníků.

ICT sektor zaměstnává více pracovníků než např. energetický průmysl (součet zásobování vodou, odpadní vody, sanace a výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla), odvětví administrativních a podpůrných činností či odvětví peněžnictví a pojišťovnictví.

Podíl zaměstnanců ICT sektoru na celkové zaměstnanosti činil v roce 2015 v ČR 2,9 %.

Graf 5 • Podíl ICT sektoru na celkové zaměstnanosti v mezinárodním srovnání (2013)

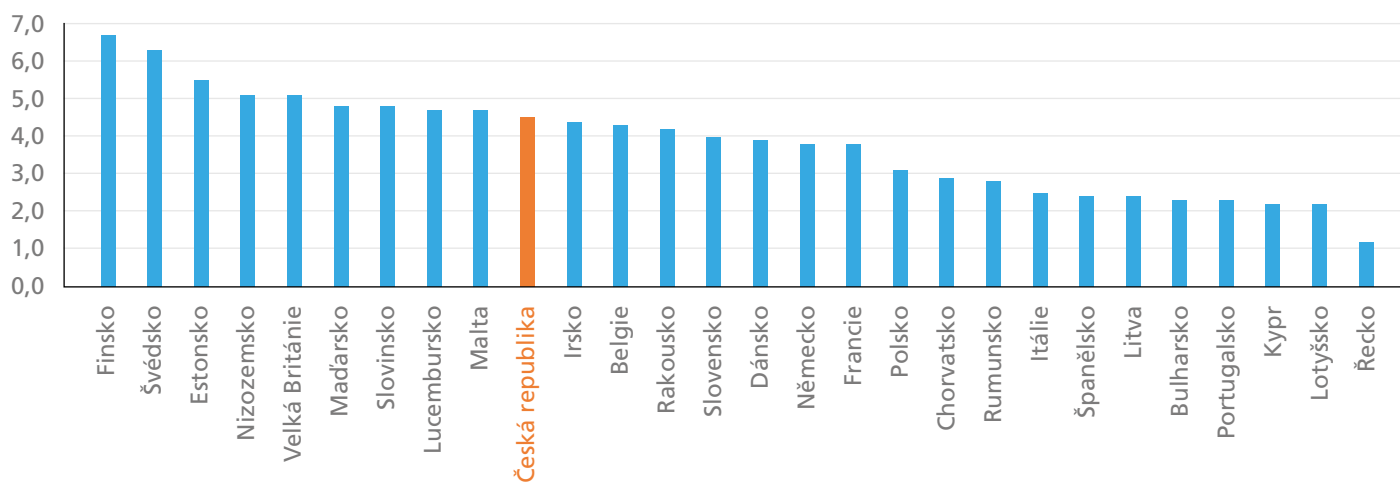


Zdroj: Eurostat, Percentage of the ICT personnel on total employment (2016)

Jedním z ukazatelů sledujících schopnosti země využít potenciál moderních technologií je podíl IT odborníků na celkové zaměstnanosti. Množství IT odborníků může být motorem rozvoje celého hospodářství, zároveň však, pokud je jejich počet nedostatečný, i jeho brzdou.

Podíl IT odborníků na celkové zaměstnanosti v ČR je mírně nadprůměrný ve srovnání s ostatními státy Evropy a EU. V ICT sektoru roste zaměstnanost jak v IT službách, tak v ICT obchodu. Na trhu práce postupně dochází ke zvyšování počtu / podílu specialistů, především poté specialistů v oboru IT. Poptávka po těchto pozicích stále převyšuje nabídku.

Graf 6 • Podíl IT odborníků na celkové zaměstnanosti v roce 2015



Zdroj: Eurostat, Employed IT specialists – total (2016)

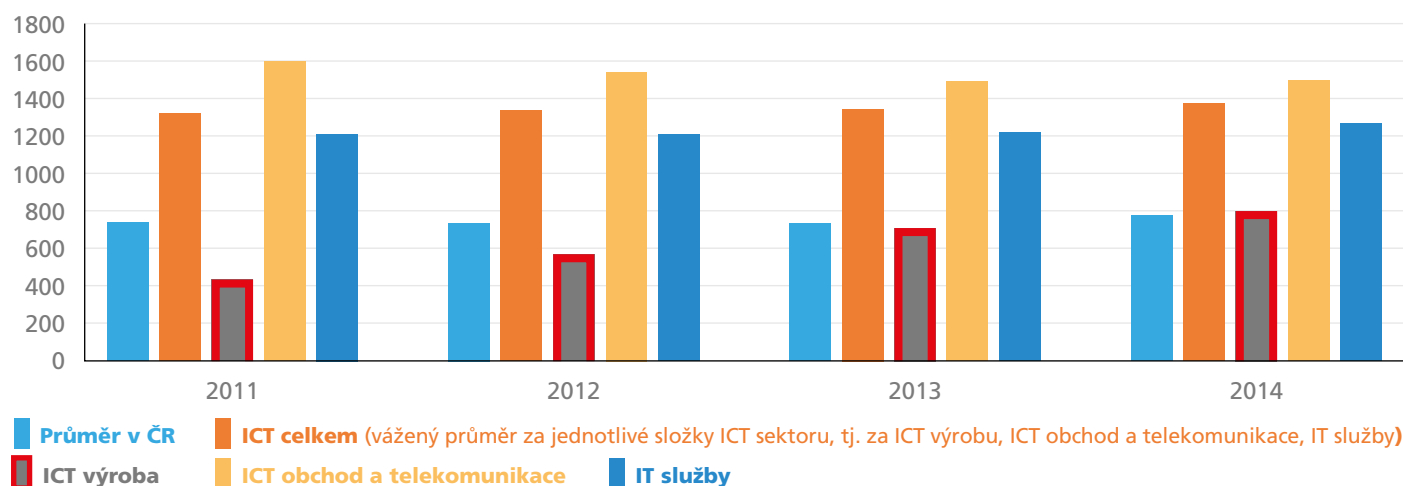
KOMENTÁŘ SPIR

Zvýšením atraktivity ICT sektoru pro žáky základních a středních škol, podporou vzdělávání IT odborníků a intenzivnější spoluprací škol s firmami lze upravit nevyrovnaný stav na trhu práce, kdy poptávka po IT odbornících převyšuje nabídku.

8 ICT sektor pozitivně ovlivňuje celkovou produktivitu práce v ČR.

Přidaná hodnota na zaměstnance mezi roky 2011 a 2014 vzrostla jak na úrovni celorepublikového průměru (o 5 %), tak i ICT sektoru (o 4 %). V rámci jednotlivých oblastí náležících do sektoru ICT byl zaznamenán **nejvyšší nárůst, o 84 %, v oblasti ICT výroby**.

Graf 7 • Produktivita práce vyjádřená přidanou hodnotou na zaměstnance (v tis. Kč)



Zdroj: ČSÚ, Odvětví informační ekonomiky (2016), Hrubá přidaná hodnota podle odvětví – běžné ceny (2016), Zaměstnanost celkem – osoby (2016), vlastní výpočet zpracovatele

9 Internetová ekonomika mění strukturu zaměstnanosti, definuje nové požadavky na zaměstnance.

Digitální gramotnost je vyžadována i u pozic mimo ICT sektor, a to nejčastěji jako požadavek na ovládání kancelářských aplikací aspoň na základní úrovni.

Bez počítačové gramotnosti a znalosti základních programů se obejde jen nízký podíl poptávané pracovní síly, a to zejména zaměstnanci s dosaženým základním vzděláním, příp. vyučení bez maturity.

Vznikají **nová odvětví podnikání** fungující na principu internetové platformy, jako různé formy **sdílené ekonomiky**, což dává prostor pro vznik velkého množství pracovních míst.

Firmy reagují na oblibu sociálních sítí mezi svými uživateli a hledají jejich prostřednictvím zaměstnance nebo je využívají k doplnění informací o uchazečích.

ICT technologie udávají nový směr vývoje trhu práce a vytvářejí **tlak na vznik pracovních pozic**, které za stávajícího stavu nemají dostatečnou oporu ve vzdělávacím systému, např. takové specializace jako jsou Social Media Product Manager (stará se o firemní sociální média a reklamu), Podcaster (nahrává, upravuje a publikuje podcasty, tj. digitální zvukové záznamy určené ke stažení na internetu), Interactive Marketing Manager (nastavuje procesy doručení relevantních obchodních nabídek spotřebitelům), On-line Community Manager (obsluhuje komunikaci a kampaně na sociálních sítích) apod.

Internet rozšiřuje možnosti práce na dálku, např. z domova nebo v jiné geografické lokalitě. Firmy tzv. „**home office**“ nabízejí velmi často jako vítaný benefit. Nárůstu počtu možností práce z domova napomáhá využívání cloudových nástrojů. Práce z domova rovněž zvyšuje uplatnitelnost handicapovaných uchazečů o zaměstnání.

KOMENTÁŘ SPIR

V případě regulace práce z domova je pravděpodobné, že ji firmy přestanou nabízet. Tento benefit je třeba zachovat.

10 Zaměstnavatelé hledají digitálně gramotné pracovníky.

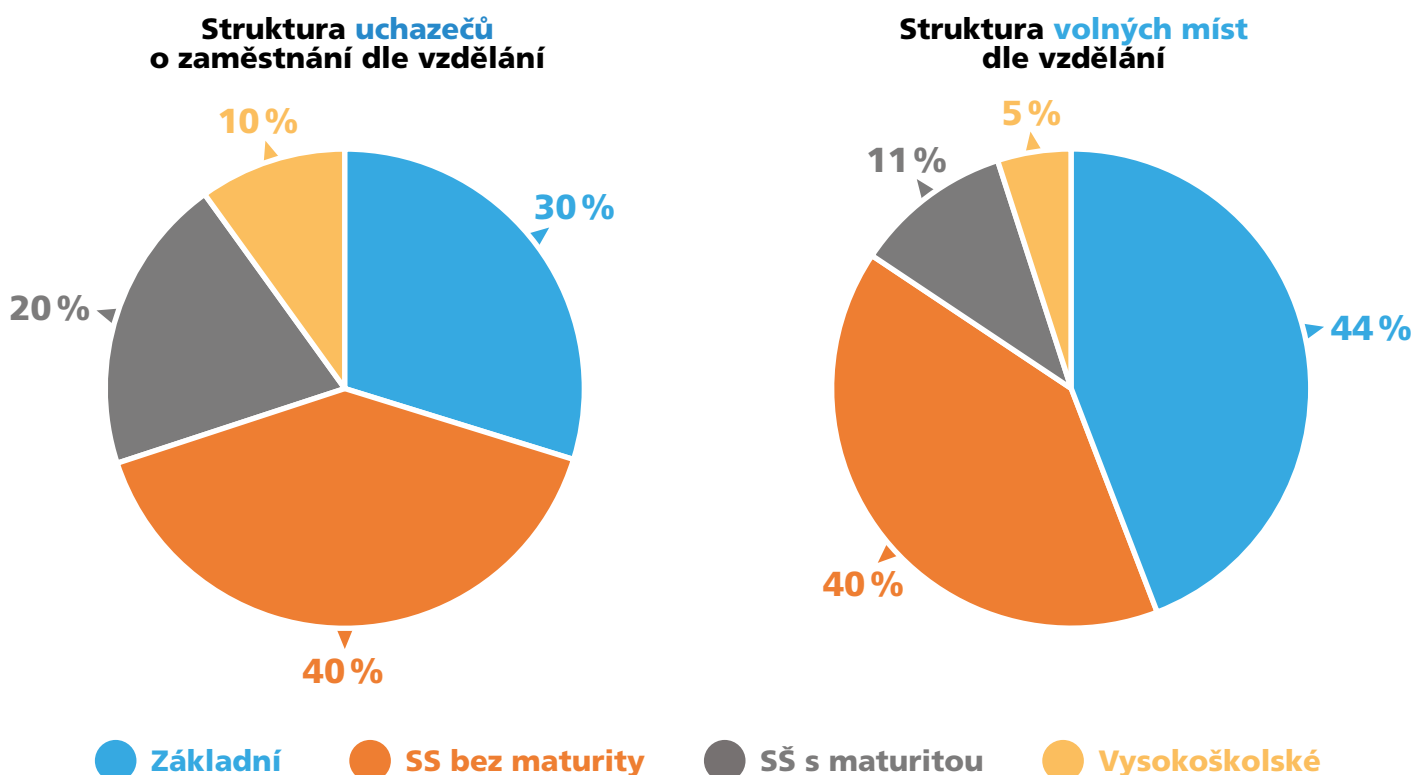
Lidé se **základním vzděláním** a zároveň **nezaměstnaní** používají **internet nejméně**. To představuje potenciální riziko dlouhodobých dopadů na trh práce, protože trend **digitalizace** prostupuje **napříč odvětvími**, a lze předpokládat, že během několika let na něj budou muset úřady práce zareagovat.

V rámci celé ČR se požadavek na znalost programů kancelářského balíku MS Office objevuje u 88 % pracovních nabídek mimo třídu specialistů v oblasti IT.

Při posuzování potenciálního ohrožení pracovních míst vlivem digitalizace byla analyzována struktura nezaměstnanosti, resp. porovnána struktura uchazečů o práci se strukturou volných míst. Toto porovnání bylo pro účely studie provedeno jak podle dosaženého vzdělání, tak i podle klasifikace zaměstnání CZ-ISCO.

Z celkového počtu uchazečů o zaměstnání je 30 % uchazečů se základním vzděláním, 40 % uchazečů se středním vzděláním bez maturity, 20 % uchazečů se středním vzděláním s maturitou a 10 % uchazečů s vysokoškolským vzděláním. Naproti tomu **nabídka volných míst je tvořena ze 44 % pozicemi, u kterých je požadavek pouze na základní vzdělání, u dalších 40 % pracovních pozic je vyžadováno střední vzdělání bez maturity**, pouze 16 % zbývajících volných míst má poté v požadavcích střední vzdělání s maturitou nebo vysokoškolské vzdělání.

Graf 8 • Struktura uchazečů o zaměstnání a volných pracovních míst dle vzdělání (červenec 2016)



Zdroj: Ministerstvo práce a sociálních věcí, Nabídka a poptávka na trhu práce (2016)

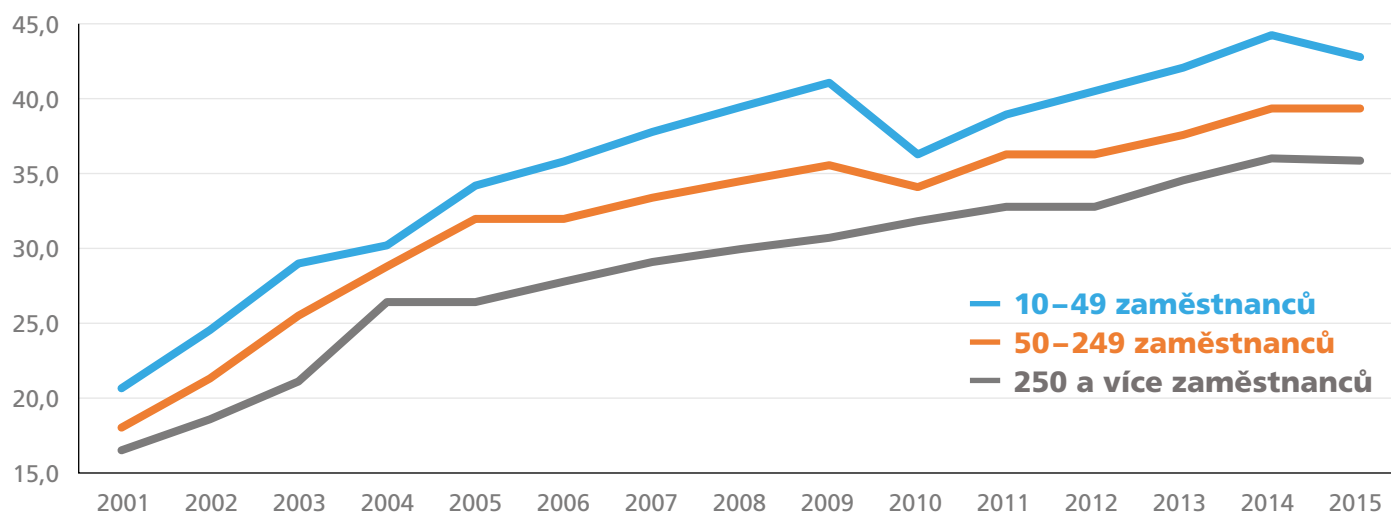
KOMENTÁŘ SPIR

Stát musí zajistit kontinuální zvyšování úrovně digitální gramotnosti uchazečů o zaměstnání a občanů se základním vzděláním. Tím lze zvýšit jejich uplatnitelnost na trhu práce. S ohledem na vysokou poptávku po zaměstnancích pouze se základním vzděláním je třeba promítnout paradigma vzdělanostní společnosti do systému vzdělávání. Pak bude ČR vzdělanostně orientovanou zemí, a ne „montovnou Evropy“.

11 38,3 % zaměstnanců využívá v zaměstnání počítač připojený k internetu. Oproti roku 2011 došlo k nárůstu tohoto podílu o 4,3 %.

Nejvyšší nárůst zaměstnanců využívajících v práci PC s přístupem na internet se nachází v kategorii malých podniků (do 50 zaměstnanců). V roce 2015 využívalo v práci PC s přístupem na internet 43 % zaměstnanců malých podniků.

Graf 9 • Podíl zaměstnanců podniků v ČR používajících v práci PC s přístupem na internet (dle velikosti podniku vyjádřené počtem zaměstnanců)



Zdroj: ČSÚ, Informační technologie v podnikatelském sektoru (2016)

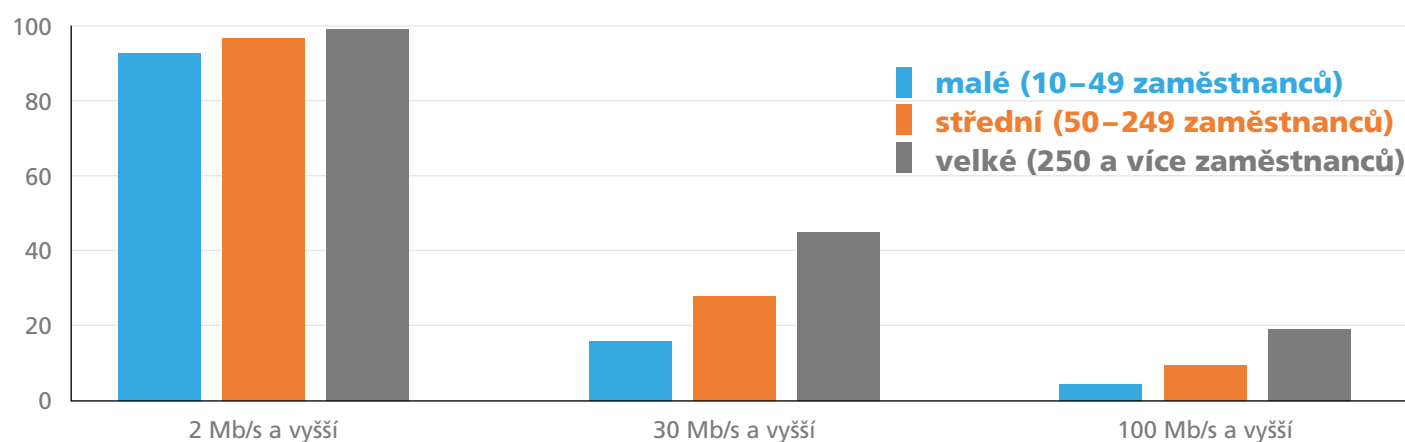
12 K internetu bylo v roce 2015 připojeno 98 % českých podniků, což je o 3 % více, než je průměr EU. Rychlost připojení je ale nedostatečná.

V připojení k vysokorychlostnímu internetu české podniky za průměrem EU výrazně zaostávají – **pouze 7 % podniků bylo v roce 2015 k internetu připojeno rychlostí minimálně 100 Mb/s.**

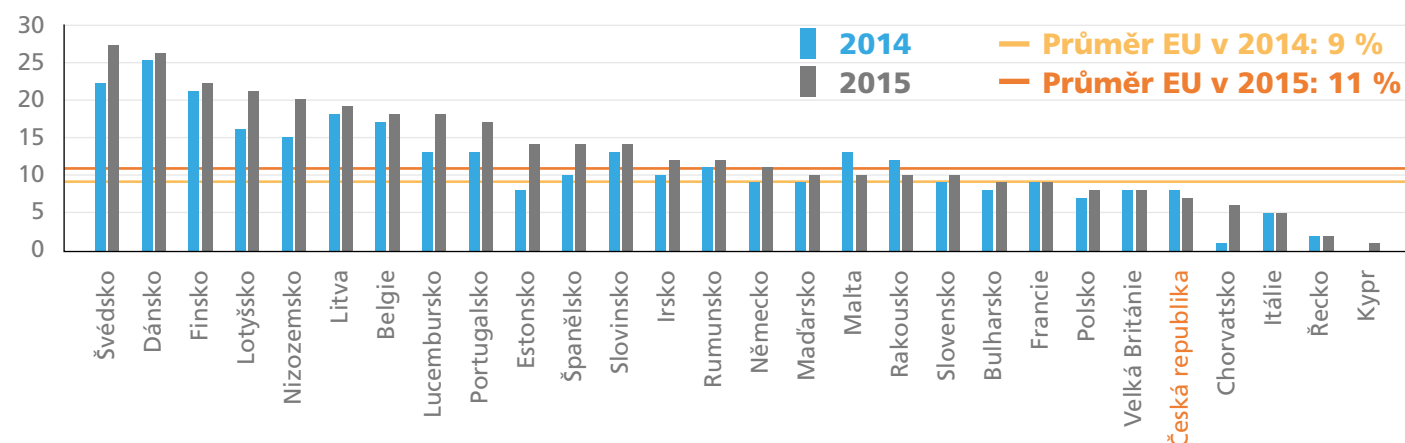
Mezi malými podniky v ČR je připojeno 16 % podniků rychlostí 30 Mb/s nebo vyšší, 7 % poté rychlostí 100 Mb/s nebo vyšší. U velkých podniků je podíl vysokorychlostního připojení vyšší. **Z velkých podniků je 45 % připojeno rychlostí minimálně 30 Mb/s, 19 % rychlostí 100 Mb/s.**

Nejvyšší podíl podniků s vysokorychlostním připojením k internetu je v odvětví telekomunikačních činností. Do tohoto odvětví jsou zařazeni poskytovatelé připojení k internetu a provozovatelé telekomunikačních a internetových sítí.

Graf 10 • Rychlost připojení podniků v ČR k internetu dle velikosti v roce 2015 (v %)



Graf 11 • Podniky v EU, ve kterých je rychlost připojení k internetu nejméně 100 Mb/s (v %)

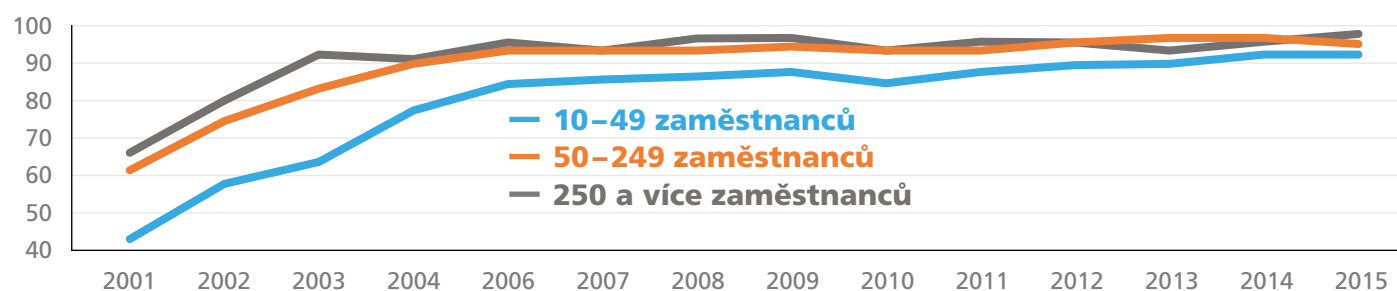


Zdroj: ČSÚ, Informační společnost v číslech (2016)

13 Internetové bankovníctví: více než 90 % českých podniků používá od roku 2013 internet pro bankovní styk.

V posledních letech dochází k výraznému snižování rozdílů mezi uživatelskými funkcemi dostupnými v internetových bankovníctvích a mobilních aplikacích jednotlivých bank. Banky tyto aplikace kontinuálně zdokonalují a na základě klientských potřeb neustále vylepšují. **Informační technologie** tvoří nový standard v přístupu k bankovním a finančním službám a **umožňují vznik nových internetových bankovních institucí**, které poskytují služby retailového bankovníctví **bez vlastní sítě poboček**.

Graf 12 • Podniky v ČR používající internet pro přístup k bankovním a finančním službám

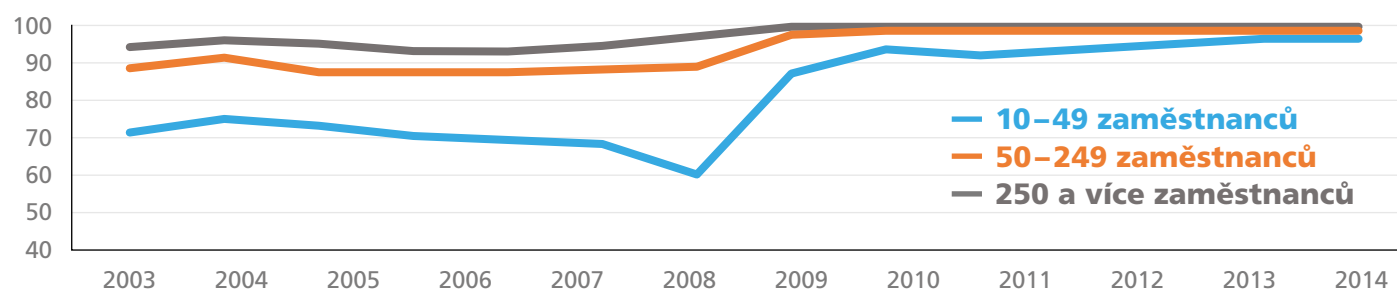


Zdroj: ČSÚ, Informační technologie v podnikatelském sektoru (2016)

14 Většina podniků v roce 2015 používala internet při komunikaci s veřejnou správou.

Výrazný meziroční nárůst používání internetu v malých podnicích ve vztahu k veřejné správě nastal v roce 2009 díky zavedení datových schránek. **V používání internetu ve vztahu k veřejné správě si stojí české podniky nad průměrem EU**, většina podniků v roce 2015 internet za tímto účelem již používala.

Graf 13 • Podniky v ČR využívající internet při komunikaci s veřejnou správou (v %)



Zdroj: ČSÚ, Informační technologie v podnikatelském sektoru (2016)

Celkem 83 % českých podniků mělo v roce 2015 vlastní webové stránky. **Prezentace na internetu**, prostřednictvím webových stránek, **je v současnosti pro podniky již takřka nutností**. Mnohé firmy navíc vytváří webové stránky **responzivní**, tzn. uzpůsobené pro mobilní zařízení nebo vytváří vlastní **mobilní aplikace**.

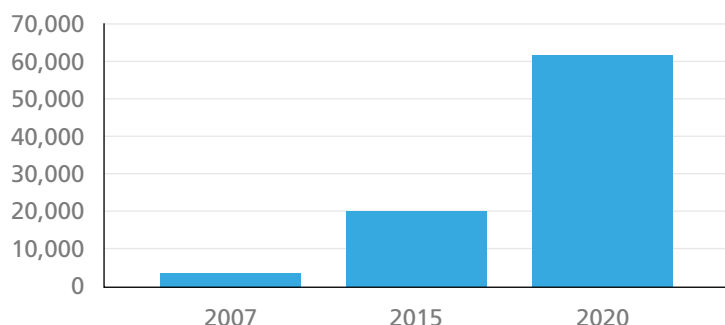
S rostoucím významem sociálních médií je patrný i nárůst využívání tohoto komunikačního kanálu podniky. Podíl podniků využívajících sociální média v roce 2015 dosáhl hodnoty 23 %. **Podíl využívání sociálních médií za účelem náboru nových zaměstnanců vzrostl mezi roky 2013 a 2015 ze 4 % na 10 %** (u podniků, které sociální sítě využívají). Nejvíce jsou sociální média využívána ke zlepšování obrazu podniků a uvádění nových produktů na trh.

15 Do roku 2020 se průtok dat internetem ztrojnásobí.

Množství dat vytvořených podniky a jednotlivci **každým rokem výrazně roste**, což dokumentuje i enormní nárůst průtoku dat internetem. Roční množství přenesených dat narostlo mezi roky 2007 a 2015 desetinásobně a dle odborného odhadu společnosti Cisco by se mělo mezi roky 2015 a 2020 ještě ztrojnásobit⁵.

Komplexní zpracování velkého objemu dat je důležité především pro technologické společnosti. V rámci udržení maximální míry konkurenceschopnosti se o něj snaží i společnosti z dalších odvětví. Objem dat kontinuálně roste, proto stále více podniků přistupuje k pokročilejším analytickým nástrojům, ve větší míře využívají CRM⁶ systémy a další databázové nástroje, které dokážou enormní objemy dat zpracovávat.

Graf 14 • Globální objem průtoku dat internetem (v GBps)



KOMENTÁŘ SPIR

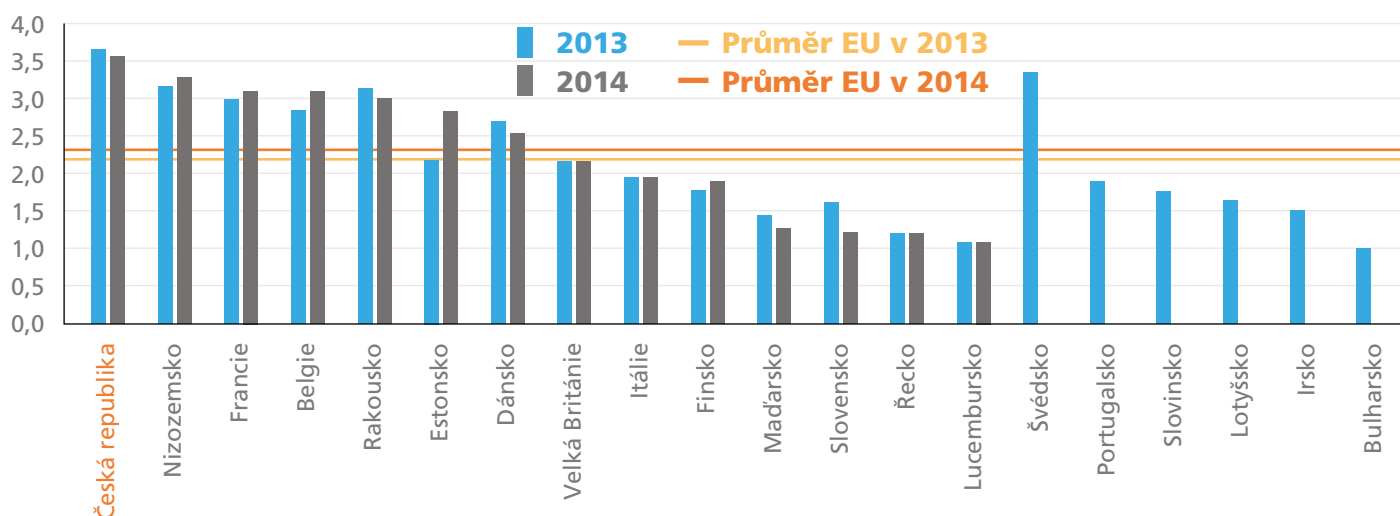
Objem dat přenesených na internetu raketově stoupá. Kvalitní konektivita je proto základní podmínkou konkurenceschopnosti českých podniků. Nebudou-li dostatečně rychle dobudovány NGA sítě, budou mít české podniky zásadně horší výchozí podmínky pro své působení.

Zdroj: Cisco VNI Global IP Traffic Forecast, 2015–2020

16 Ze zemí EU investovala ČR v roce 2014 nejvíce do ICT vybavení a softwaru v poměru k HDP.

Mezi vybranými zeměmi EU zaznamenala ČR v roce 2014 nejvyšší podíl investic do ICT vybavení a softwaru v poměru k HDP 3,6 %. Průměr investic do ICT vybavení a softwaru byl ve vybraných zemích 2,2 % v roce 2013 a 2,3 % v roce 2014.

Graf 15 • Podíl investic do ICT vybavení a softwaru na HDP (v %)



Zdroj: ČSÚ, Investice v ICT (2016)

⁵ K měření průtoku dat se používá jednotka GBps, tj. Gigabyte Per Second.

⁶ Customer Relationship Management, systémy pro řízení vztahů se zákazníky, které umožňují shromažďovat, třídit a zpracovávat údaje o zákaznících.

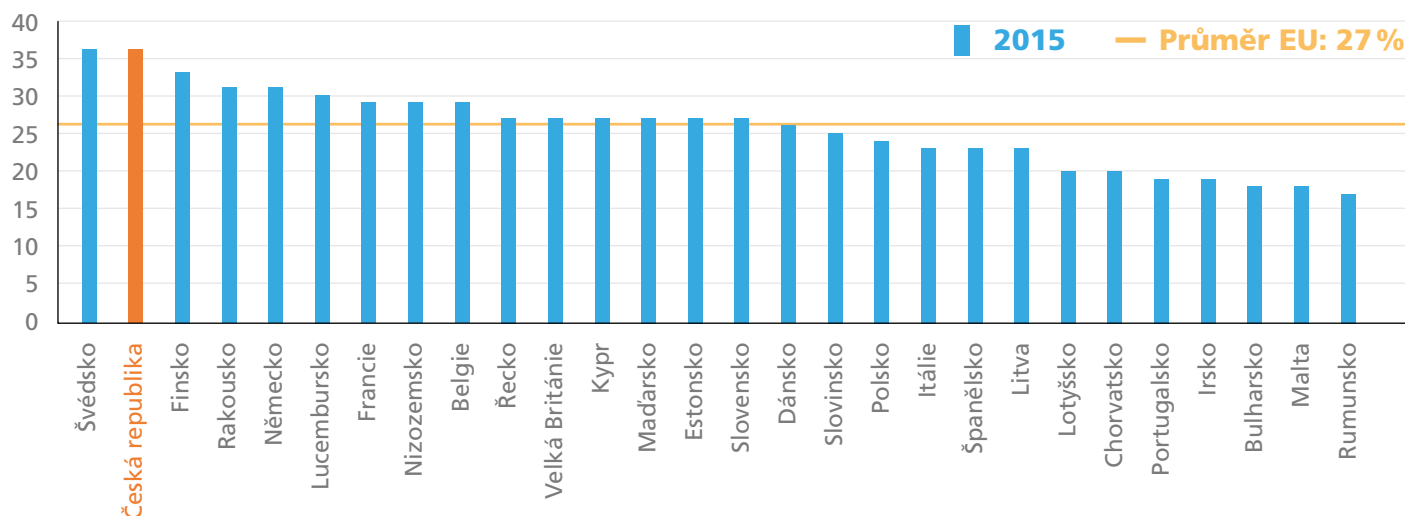
17 V roce 2015 mělo 79 % českých domácností přístup k internetu.

Nejvíce domácností s připojením k internetu bylo v roce 2015 mezi domácnostmi s dětmi (94 %). Internet uživatelé v domácnostech **využívají ke komunikaci, vyhledávání informací, zábavě a přístupu k internetovým službám.**

Přibližně 2,4 milionu Čechů nad deset let (26 %) se ani jednou za měsíc nepřipojí k internetu. Nejčastějším důvodem nepřipojení je nedostatek zájmu o internet. Dalším důvodem může být cena **mobilního** internetu, která je ve srovnatelných datových balíčcích v ČR vyšší v řádu desítek procent oproti zemím EU. Balíček 512 MB lze v ČR pořídit za cenu o 30 % vyšší (při předpokladu využití nejnižší cenové nabídky), balíček 2048 MB je v ČR dražší o 68 %, než je průměrná cena v EU.

V roce 2015 patřilo ČR 2. místo v žebříčku zemí EU z hlediska podílu jednotlivců disponujících základními digitálními schopnostmi. V ČR těmito schopnostmi disponovala třetina populace (33 %), průměr v zemích EU byl 27 %.

Graf 16 • Podíl jednotlivců se základními digitálními schopnostmi v zemích EU v roce 2015 ve 4 oblastech: zpracování informací, komunikace, tvorba obsahu, řešení problémů



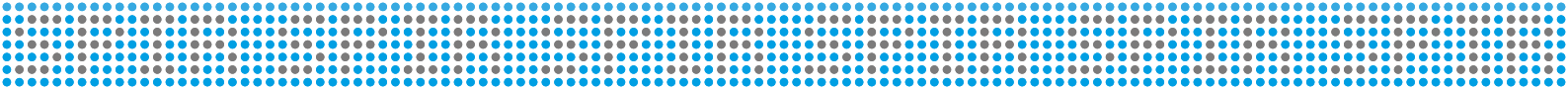
Zdroj: Evropská komise - Digital Scorecard – digital agenda key indicators

18 Trendy a příležitosti internetové ekonomiky

- Sdílená ekonomika
- Big Data a Cloud Computing
- Internet věcí
- Content marketing, youtubering

19 Bariéry internetové ekonomiky

- Nejsou vybudovány sítě nové generace (NGA), které umožňují vysokorychlostní pevné připojení k internetu (>100 Mb/s).
- Chybí jednotná, dlouhodobá a nadrezortní strategie rozvoje ICT sektoru korespondující s vývojem ICT průmyslu a internetové ekonomiky.
- Veřejná správa nedostatečně využívá ICT technologie.
- Není jasná podoba zavedení jednotné elektronické identity.
- Veřejnost není dostatečně informována o implementaci nástroje PES (Právní elektronický systém pro podnikatele).



Poděkování

DarkSide, DHL IT Services, DPD, McRoy personální agentura, Microsoft, NetDirect, Persoo, Picards, Seznam.cz, VIVnetworks.com, Vodafone.

Speciální poděkování

Úřadu práce ČR
Úřadu vlády ČR
Petru Koubskému
CZ.NIC
Českému statistickému úřadu

Zpracovatel studie

BDO Advisory

Použité zkratky

IE • internetová ekonomika
HDP • hrubý domácí produkt
EU • Evropská unie
ČR • Česká republika
ČSÚ • Český statistický úřad
ICT • informační a komunikační technologie
IT • informační technologie
NGA • next-generation access, sítě nové generace



SDRUŽENÍ
PRO INTERNETOVÝ
ROZVOJ

SPIR 2016

www.studiespir.cz