

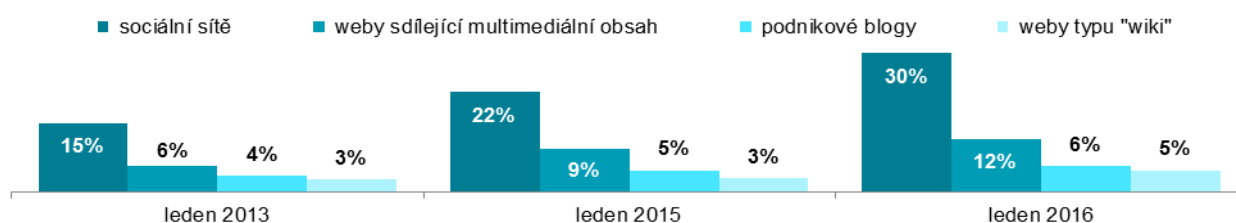
9. Používání sociálních médií

Sociální média jsou on-line nástroje umožňující jejich uživatelům zakládat profily, jejichž prostřednictvím komunikují s ostatními uživateli, mohou s nimi sdílet informace či multimediální obsah. Sdílený obsah je zpravidla předmětem komentářů či diskuzí s dalšími uživateli. Firmy využívající sociální média mají založený vlastní uživatelský profil, účet či licenci na některém z typů sociálních médií. Sociální média jsou využívána prostřednictvím internetu a komunikačních platform, jež umožňují online vytváření a výměnu informací se zákazníky, dodavateli, partnery nebo zaměstnanci.

Hlavní zjištění

- K aktivnímu používání sociálních médií se v lednu 2016 přihlásila třetina firem s více než deseti zaměstnanci. Stejně jako u mnoha dalších ukazatelů, i zde dominovaly subjekty v největší velikostní kategorii (sociální média aktivně využívalo v lednu 2016 téměř 60 % velkých a 31 % malých firem).
- Odkaz na profil firmy na sociálních médiích má svých webových stránkách čtvrtina všech firem (tj. více než 70 % firem využívajících některé ze sociálních médií). Mají ho relativně nejčastěji firmy poskytující ubytování a také cestovní agentury a kanceláře. Odkaz na profil firmy na některém ze sociálních médií mají nejméně často naopak subjekty z oboru doprava a skladování či ze stavebnictví.
- Zdaleka nejvíce využívaným typem sociálních médií byly v lednu 2016 mezi českými firmami sociální sítě (Facebook, LinkedIn apod.), na nichž mělo vlastní účet 30 % ze všech subjektů (tj. téměř 90 % firem využívajících sociální média). Aktivní využívání sociálních sítí přiznávají nejčastěji subjekty, jejichž hlavní ekonomickou činností je poskytování ubytování, provozování cestovních agentur a kancelářů, činnosti v oblasti vydavatelství či maloobchod. Sociální sítě naopak nejméně využívají subjekty z odvětví stavebnictví, doprava a skladování výroba a rozvod energií, plynu, vody a tepla či průmyslová odvětví.
- O něco více než desetina firem (tj. třetina subjektů aktivně využívajících sociální média) aktivně využívá média umožňující sdílení multimediálního obsahu (např. YouTube). Kanál YouTube a jemu podobné využívají častěji firmy zabývající se činnostmi v oblasti vydavatelství, filmu a televizních programů, dále také velkoobchod či cestovní agentury a kanceláře.
- Jen zlomek firem byl v lednu 2016 zapojen do firemních blogů či mikroblogů (např. Twitter). Aktivní využívání tohoto typu sociálních médií přiznalo necelých 6 % subjektů v České republice (což je necelá více než 16% firem aktivně využívajících sociální média). Častěji jde opět o velké subjekty a z hlediska převažující ekonomické činnosti o firmy zabývající se informačními a komunikačními činnostmi nebo profesními, vědeckými a technickými činnostmi (spadají sem právní, architektonické či např. výzkumné činnosti). Častější vytváření firemních blogů vidíme také u firem poskytujících ubytování či u cestovních agentur a kancelářů. Z průmyslových odvětví je to nejčastěji výroba PC.
- Jen velmi malá část subjektů využívá webových encyklopedických stránek typu „wiki“ (5 % ze všech firem, 14 % z firem využívajících sociální média). Častěji jsou to opět velké firmy a z hlediska odvětví především ty, které působí v oblasti informačních technologií.
- Jeden typ sociálních médií, nejčastěji sociální sítě, používají dvě třetiny firem, nejčastěji malé subjekty s 10 až 49 zaměstnanci (70 %). Z hlediska odvětví nacházíme více než 80 % subjektů používající pouze jeden typ sociálních médií ve stravování a pohostinství a také v potravinářském, nápojovém a tabákovém průmyslu. Třetina firem používá dva či dokonce více než dva typy sociálních médií. Nejčastěji jsou to větší firmy a subjekty působící v informačních a komunikačních činnostech.

Graf 9.1: Typy sociálních médií aktivně používaných firmami* v ČR



*podíl na celkovém počtu firem v dané velikostní a odvětvové skupině v daných letech (v %)

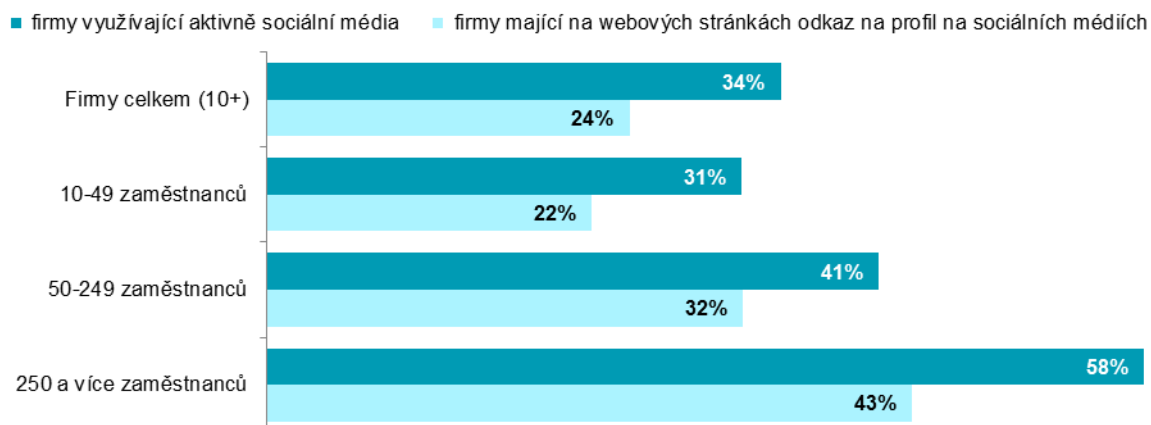
Tab. 9.1: Firmy v ČR a sociální média, leden 2016
a) podíl na celkovém počtu firem v dané velikostní a odvětvové skupině (v %)

	firmy aktivně používající sociální média	firmy mající na webových stránkách odkaz na profil	typ využívaného sociálního média			
			sociální sítě	podnikové blogy	sdílení multimediálního obsahu	typu "wiki"
Firmy celkem (10+)	34,0	24,0	30,3	5,6	11,5	4,6
Velikost firmy						
10–49 zaměstnanců	31,4	21,5	27,7	4,4	9,6	3,8
50–249 zaměstnanců	40,5	31,5	37,5	8,9	15,9	6,2
250 a více zaměstnanců	58,0	42,7	53,2	16,0	28,2	15,0
Odvětví (ekonomická činnost)						
Zpracovatelský průmysl	26,2	19,2	22,8	2,9	9,7	3,2
Výroba a rozvod energie, plynu, tepla	18,7	13,3	16,0	2,6	9,4	2,0
Stavebnictví	22,5	10,3	17,3	2,2	7,4	4,5
Obchod; opravy motorových vozidel	41,9	31,3	38,1	6,8	16,8	3,8
Doprava a skladování	21,7	9,2	20,6	2,5	2,9	2,6
Ubytování, stravování a pohostinství	56,7	46,9	56,6	6,7	10,6	2,6
Informační a komunikační činnosti	71,3	52,5	60,0	28,9	30,4	32,6
Činnosti v oblasti nemovitostí	30,7	22,1	25,9	4,3	6,8	4,3
Profesní, vědecké a technické činnosti	39,8	28,5	35,0	10,8	11,8	7,1
Administrativní a podpůrné činnosti	34,8	23,1	32,2	6,2	11,6	2,2

Tab. 9.1: Firmy v ČR a sociální média, leden 2016
b) podíl na celkovém počtu firem využívajících sociální média v dané velikostní a odvětvové skupině (v %)

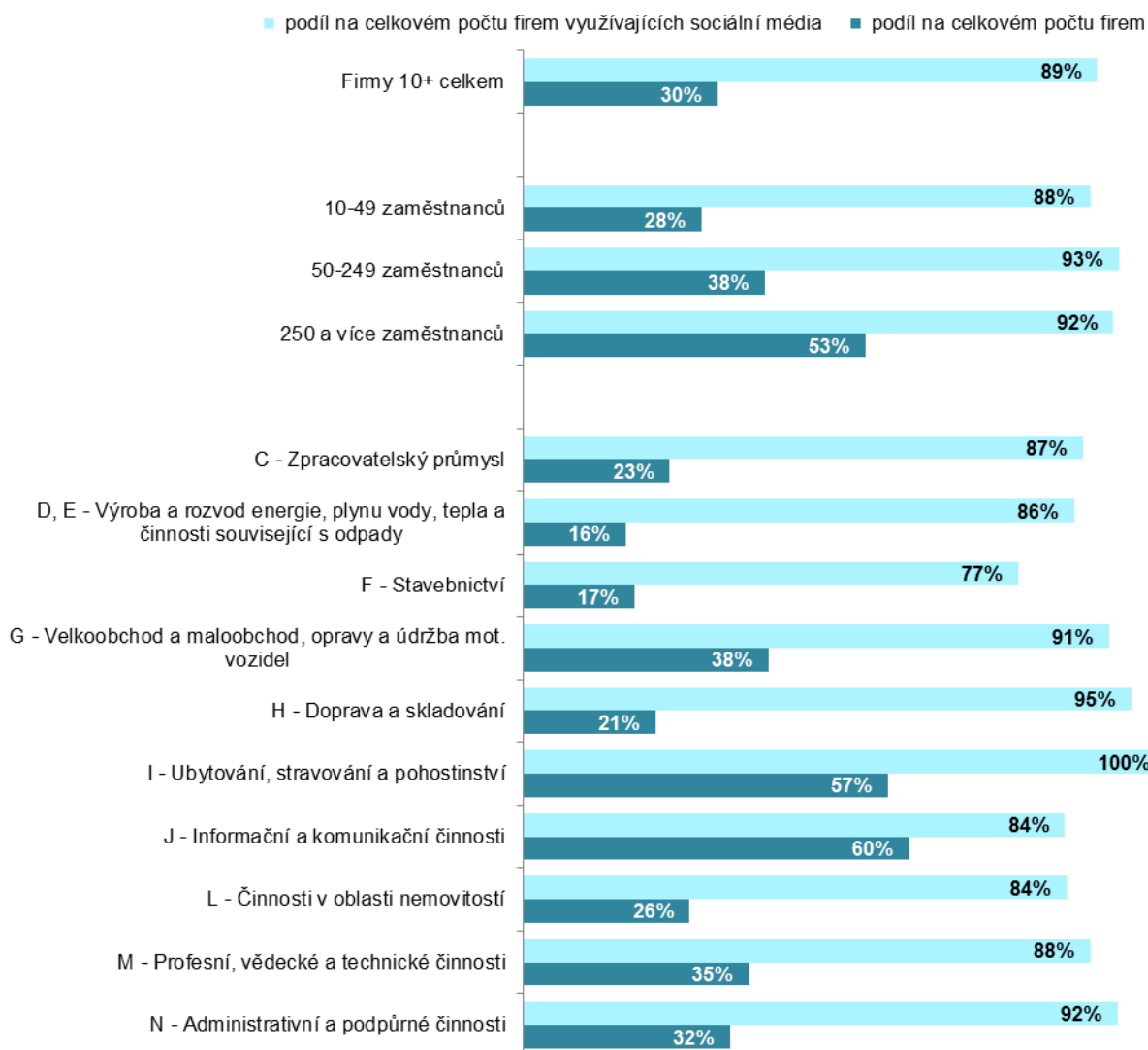
	firmy mající na webových stránkách odkaz na profil	firmy využívající jeden typ sociálního média	typ využívaného sociálního média			
			sociální sítě	podnikové blogy	sdílení multimediálního obsahu	typu "wiki"
Firmy celkem (10+)	70,7	64,9	89,2	16,5	33,7	13,7
Velikost firmy						
10–49 zaměstnanců	68,4	69,5	88,1	13,9	30,7	12,1
50–249 zaměstnanců	77,8	55,2	92,6	22,0	39,3	15,2
250 a více zaměstnanců	73,6	43,8	91,7	27,5	48,6	25,8
Odvětví (ekonomická činnost)						
Zpracovatelský průmysl	73,4	65,4	87,0	11,1	37,2	12,1
Výroba a rozvod energie, plynu, tepla	71,1	58,2	85,6	13,9	50,3	10,8
Stavebnictví	46,0	71,1	76,9	9,6	32,8	20,0
Obchod; opravy motorových vozidel	74,8	61,4	91,0	16,3	40,1	9,0
Doprava a skladování	42,2	82,8	94,5	11,3	13,5	12,0
Ubytování, stravování a pohostinství	82,6	76,0	99,8	11,8	18,6	4,5
Informační a komunikační činnosti	73,7	39,0	84,2	40,6	42,6	45,7
Činnosti v oblasti nemovitostí	72,1	76,9	84,4	14,0	22,1	14,2
Profesní, vědecké a technické činnosti	71,8	63,0	88,1	27,2	29,6	17,7
Administrativní a podpůrné činnosti	66,2	65,8	92,4	17,7	33,2	6,3

Graf 9.2: Firmy* a sociální média, leden 2016

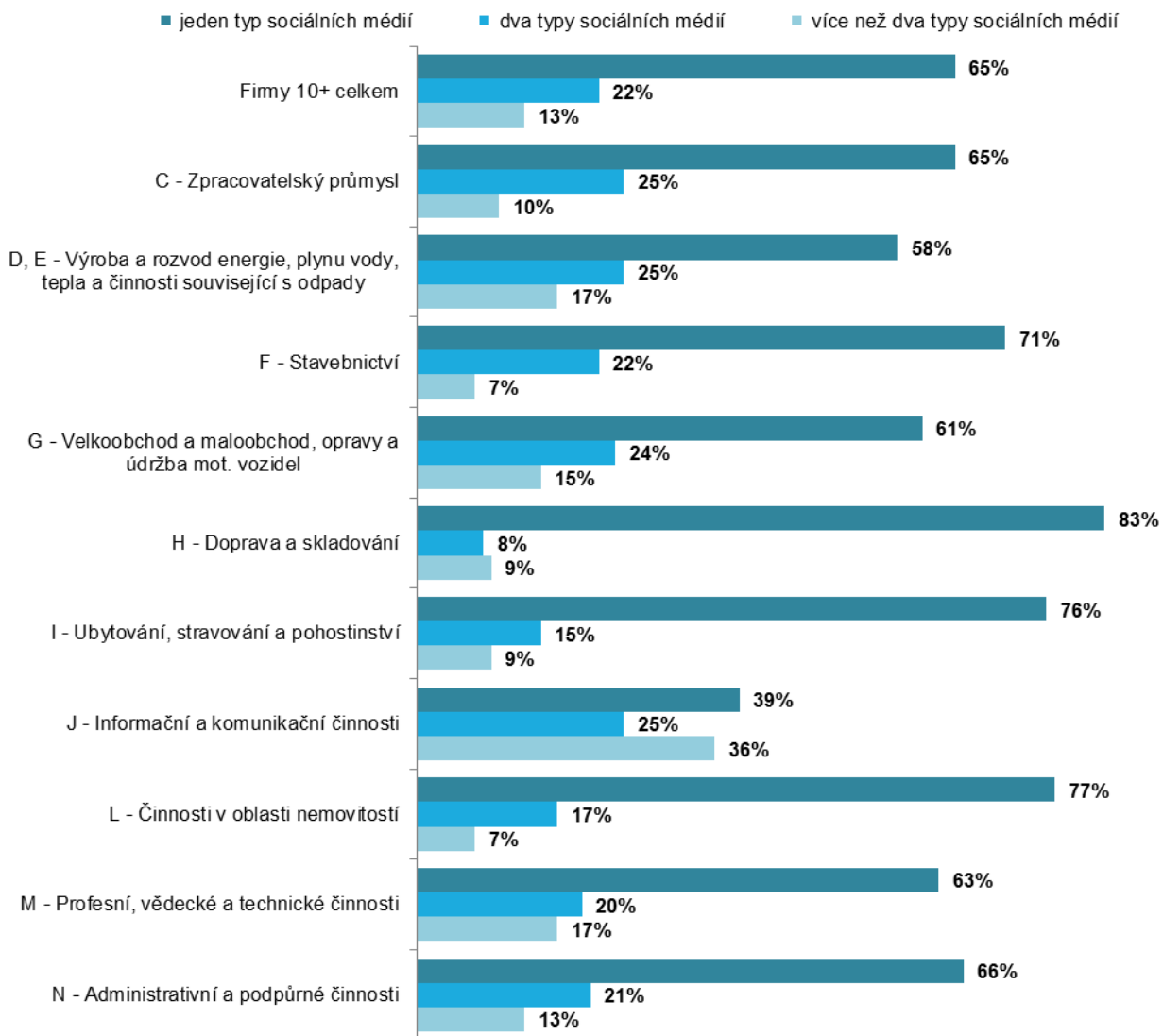


*podíl na celkovém počtu firem v dané velikostní a odvětvové skupině v daných letech (v %)

Graf 9.3: Aktivní využívání sociálních sítí ve firmách, leden 2016



Graf 9.4: Využívání sociálních médií ve firmách (rozdíly podle vybraných odvětví), leden 2016**



**podíl na celkovém počtu firem využívajících sociální média v dané velikostní a odvětvové skupině (v %)

Zdroj: Český statistický úřad 2016