## 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 platforem, 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 kanceláří, 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 kanceláří. 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