

6. Používání sociálních médií

Webové stránky nejsou jediným kanálem, který pro svou prezentaci podniky na internetu využívají. Svůj boom v posledních letech zažívá využívání sociálních médií. Hlavní výhodou firemní prezentace a propagace na sociálních sítích je budování vztahu s jejich příznivci, poskytování podpory a relevantních informací. Firmy tak mohou relativně pohodlným interaktivním způsobem získat zpětnou vazbu na své produkty nebo třeba také hledat nové zaměstnance. Nejčastěji využívaným typem jsou v podnicích dlouhodobě sociální sítě, na kterých měla v roce 2021 založený vlastní účet už přibližně polovina firem.

Hlavní zjištění

- V roce 2021 **překročil podíl podniků** v České republice, které mají profil na alespoň jednom typu sociálních médií **poprvé hranici 50 %**. Využívání sociálních médií ze strany podniků se sleduje od roku 2013. Od té doby se podíl podniků, které na nich fungují, ztrojnásobil.
- U všech typů sociálních médií platí, že je častěji aktivně používají velké firmy než střední a malé. Velkých subjektů s profilem na sociálních médiích bylo v roce 2021 87 %, středně velkých 62 % a malých bezmála polovina (47 %).
- Nejvíce využívaným typem sociálních médií podniky v Česku byly i v roce 2021 **sociální sítě** (např. *Facebook, LinkedIn*), na nichž mělo **vlastní účet 49 %** subjektů.
- V porovnání s rokem 2019 se podíl firem s **profilem na sociálních sítích** v Česku **zvýšil o desetinu**. Nejvýrazněji tento podíl vzrostl u velkých firem, kde mělo v roce 2021 vlastní účet již 83 % firem, v roce 2019 to bylo 73 %.
- Sociální sítě v Česku nejčastěji používají podniky působící v **ubytování** (89 % v roce 2021), **v mediálním sektoru** (88 %) nebo **cestovní agentury a kanceláře** (88 %). Ze zpracovatelského průmyslu mají profil na sociálních sítích nejčastěji podniky z automobilového průmyslu (55 %). Naopak nejnižší podíl firem s profilem na sociálních sítích zaznamenáváme u firem ze stavebnictví (27 %).
- Kromě sociálních sítí využívají podniky i jiné typy sociálních médií, ale již v podstatně nižší míře. Firmy mohou např. vkládat své příspěvky na webové stránky určené ke **sdílení multimediálního obsahu**, z nichž zřejmě neznámější je portál *YouTube*, případně aplikace *Instagram*, umožňující podnikatelským subjektům sdílet své fotografie - videoprezentace, manuály či nejrůznější příspěvky, které podniky propagují. České firmy však tento typ sociálních médií využívají poměrně málo (22 % v roce 2021). Oblibu mají stejně jako u sociálních sítí především u velkých subjektů (53 %) a podle odvětví u firem působících v mediálním sektoru (72 %) nebo u cestovních agentur (58 %).
- Využívání **podnikových blogů**, například *Twitteru*, bylo v podnikatelském sektoru v ČR v porovnání se sociálními sítěmi více než pětikrát nižší – v roce 2021 mělo firemní blog či účet na *Twitteru* 9 % firem. Přispívá sem třetina velkých podniků, ale jen 7 % malých. Nejčastěji jej opět využívají subjekty, které působí v **mediálním sektoru** nebo firmy v **IT sektoru**.
- Nejnižší podíl firem (6 %) využíval v roce 2021 **webové stránky typu wiki**, které se vyznačují tím, že jejich obsah může snadno a rychle vytvářet nebo upravovat libovolný uživatel ve svém webovém prohlížeči. Neznámější stránkou tohoto typu je internetová encyklopedie *Wikipedie*. Wiki mohou být ale využívány pro sdílení znalostí a zkušeností jejich uživatelů (např. sdílení digitálních učebních materiálů, prezentací). Proto je také nejčastěji využívají subjekty působící v odvětví CZ-NACE J (62-63) Činnosti v oblasti informačních technologií (41 % v roce 2021). Wiki stránky využívá čtvrtina velkých podniků.
- Zatímco sociální sítě jsou fenoménem poslední dekády a jejich obliba stále roste, webové stránky mají české subjekty o poznání déle. Z porovnání využívání webové prezentace (podrobněji viz kapitola č. 2) a sociálních sítí vyplynulo, že v roce 2021 měla třetina podniků (35 %) jen své webové stránky a k využívání sociálních sítí se zatím neměla. Podíl takových subjektů navíc postupem času značně ubývá. Podniků, které se prezentují pouze na webu a nemají profil na sociálních sítích, bylo v roce 2014 téměř 60 % a v roce 2021 jich byla jen přibližně třetina.
- Každým rokem ale narůstá podíl firem, které mají **jak webovou prezentaci, tak také profil na sociálních sítích**. V roce 2021 byla takových firem téměř polovina (48 %), jejich podíl se od roku 2014 se zvýšil 1,6krát. Velkých firem, které fungují na sociálních sítích a zároveň provozují webové stránky, je dokonce 80 % a středně velkých je 58 %.

- Profil pouze na sociálních sítích (a nikoli webové stránky) měl v roce 2021 jen zlomek firem (1,8 %), nejčastěji šlo o subjekty působící v dopravě a skladování (6 %).
- Profil pouze **na jednom typu sociálních médií**, nejčastěji na sociálních sítích, měla v roce 2021 o něco více než čtvrtina firem v ČR (27 %), resp. 53 % podniků využívající sociální média. Nejvíce subjektů používajících jen jeden typ sociálních médií nacházíme ve stravování a pohostinství nebo v obchodě a opravách motorových vozidel. **Dva typy sociálních médií** používá 9 % podniků, nejčastěji ty velké (34 %). Používání více typů sociálních médií je typické pro firmy v mediálním či IT sektoru.
- Ve využívání sociálních médií České podniky ve srovnání mezi státy EU zaostávají, **za rok 2021¹ jsme pátí od konce evropského žebříčku**. Podobně jako podniky v Česku na tom jsou také podniky v Maďarsku, Estonsku nebo Chorvatsku. Evropskému žebříčku vévodí Malta, kde má 84 % podniků profil na sociálních médiích nebo Švédsko a Nizozemsko, kde je podíl podniků 80%.
- Prakticky stejné resp. velmi podobné pořadí obsadily v evropském srovnání podniky v Česku ve všech ostatních ukazatelích týkajících se využívání sociálních médií. Vždy se pohybujeme mezi nejhoršími deseti zeměmi v rámci Unie.

Tab. 6.1: Podniky s 10 a více zaměstnanci v ČR používající vybraná sociální média v roce 2021

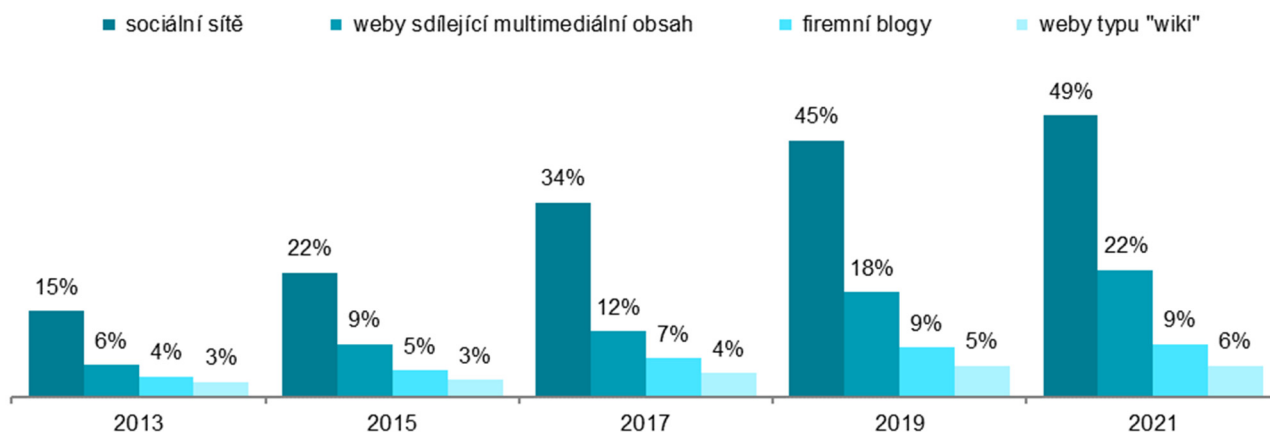
	Podniky s profilem na alespoň jednom typu sociálních médií	podle typů sociálních médií				
		s profilem na sociálních sítích	z toho <u>pouze na sociálních sítích</u>	s profilem na webech sdílejících multimediální obsah	s profilem na blozích nebo mikroblozích	s profilem na webech typu "wiki" pro sdílení znalostí nebo informací
Podniky celkem (10+)	51,1	49,4	25,6	22,3	9,2	5,5
Velikost podniku						
10–49 zaměstnanců	46,9	45,5	25,2	19,1	7,0	4,2
50–249 zaměstnanců	61,6	59,8	27,6	29,6	13,6	6,8
250 a více zaměstnanců	86,7	83,4	25,6	52,6	32,5	25,6
Odvětví (ekonomická činnost)						
Zpracovatelský průmysl	45,0	43,0	24,4	17,7	6,7	4,5
Výroba a rozvod energie, plynu, tepla	34,3	32,3	21,9	11,5	4,2	2,1
Stavebnictví	27,8	26,7	17,6	9,2	1,1	1,6
Obchod a opravy motorových vozidel	67,7	65,8	36,7	28,3	9,9	2,9
Velkoobchod	66,8	64,9	24,8	39,4	11,5	5,5
Maloobchod	61,8	60,5	30,8	30,3	11,8	5,4
Doprava a skladování	41,4	40,8	30,0	9,6	4,1	2,8
Ubytování	89,8	88,7	39,4	48,2	15,7	3,9
Stravování a pohostinství	70,8	70,5	43,8	25,3	5,7	2,0
Činnosti cestovních agentur a kanceláří	87,9	87,9	25,2	57,8	32,2	14,5
Audiovizuální činnosti; vydavatelství	91,8	87,6	12,0	71,5	44,6	28,1
Telekomunikační činnosti	78,3	75,7	25,3	34,3	25,5	31,9
Činnosti v oblasti IT	83,0	77,0	15,1	49,1	38,7	41,4
Činnosti v oblasti nemovitostí	35,3	33,8	17,6	14,5	6,0	1,7
Profesní, vědecké a technické činnosti	52,1	50,3	21,2	24,0	17,9	8,7
Ostatní administrativní a podpůrné činnosti	42,1	41,9	25,8	14,0	7,2	1,8

podíl na celkovém počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané velikostní a odvětvové skupině (v %)

Zdroj: Český statistický úřad, 2021

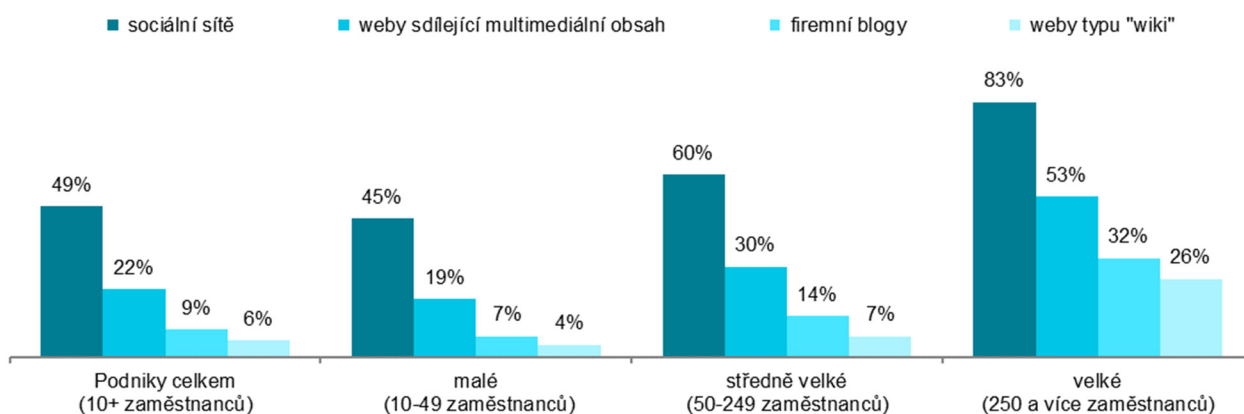
¹ Zdrojem dat pro mezinárodní srovnání je databáze Eurostatu, která byla aktualizována na začátku prosince 2021 a údaje v ní se vztahují k roku 2021: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/comprehensive-database>

Graf 6.1 Typy sociálních médií používaných podniky s 10 a více zaměstnanci v ČR



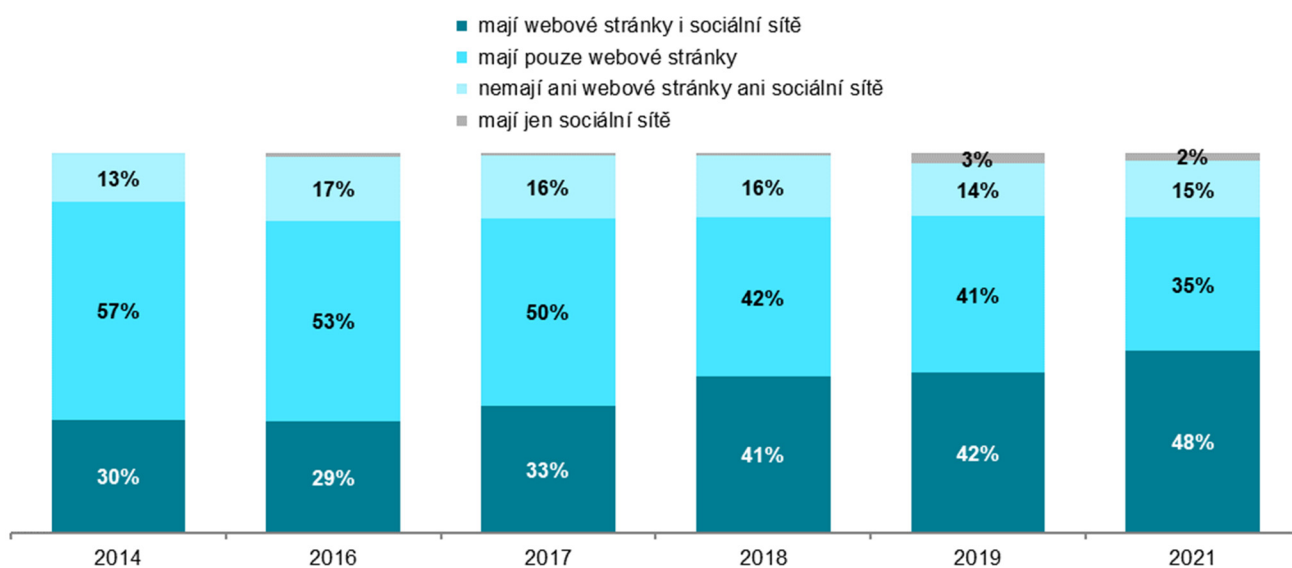
podíl na celkovém podniku s 10 a více zaměstnanci v daných letech

Graf 6.2 Typy sociálních médií používaných podniky s 10 a více zaměstnanci v ČR v roce 2021



podíl na celkovém podniku s 10 a více zaměstnanci v dané velikostní skupině

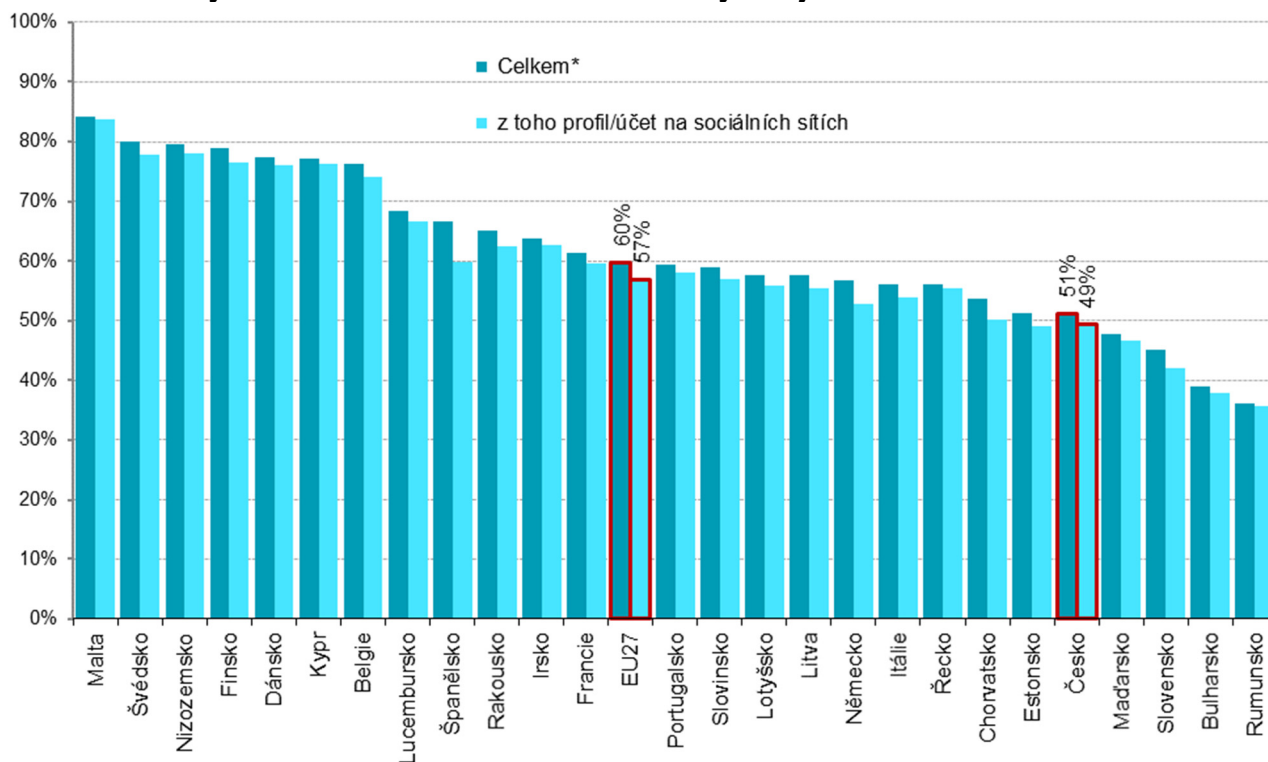
Graf 6.3: Využívání webových stránek a sociálních sítí podniky v s 10 a více zaměstnanci v ČR



podíl na celkovém počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v daných letech

Zdroj: Český statistický úřad, 2021

Graf 6.4: Podniky s 10 a více zaměstnanci v zemích EU využívající sociální média v roce 2021

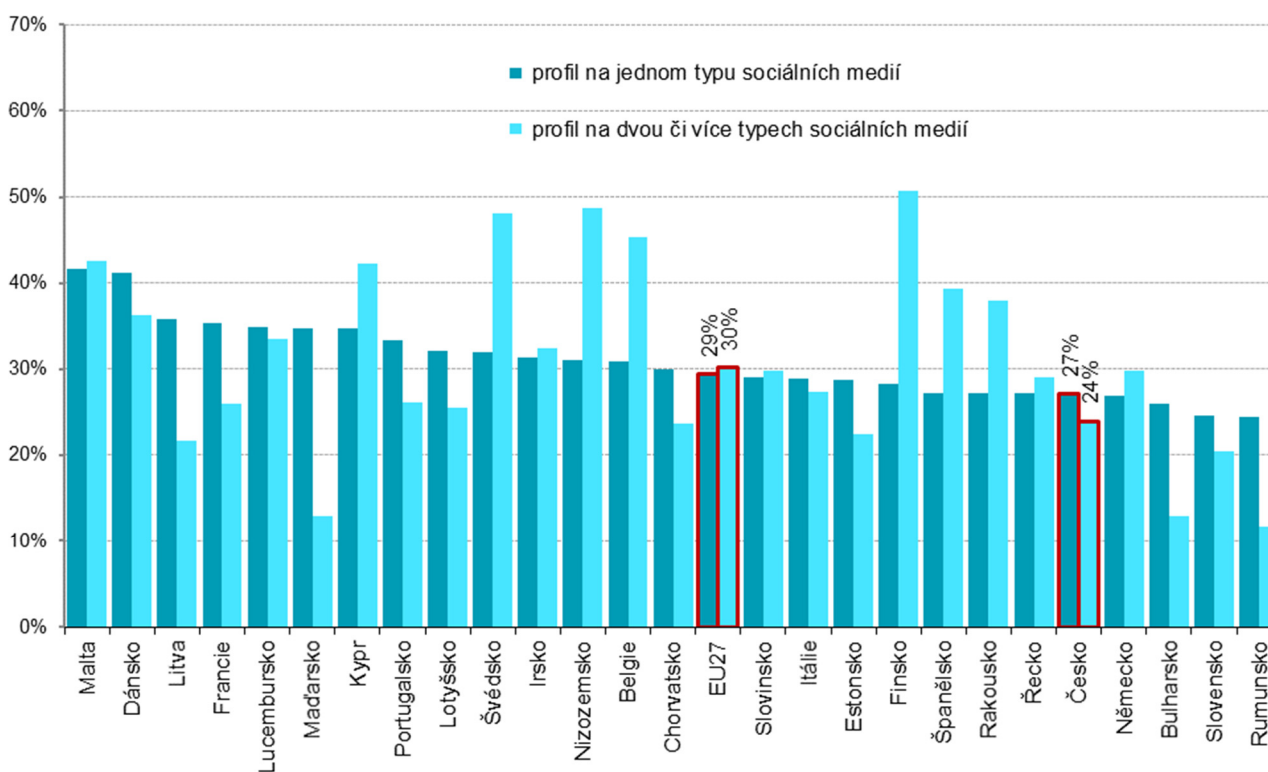


* podniky dané země mající uživatelský profil/účet na alespoň jednom typu sociálního média

podíl na celkovém počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané zemi

zdroj dat: Eurostat, prosinec 2021

Graf 6.5: Na kolika typech sociálních médií měly podniky s 10 a více zaměstnanci v zemích EU v roce 2021 profil



podíl na celkovém počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané zemi

zdroj dat: Eurostat, prosinec 2021