

5. Sociální média

Webové stránky nejsou jediným kanálem, který pro svou prezentaci podniky na internetu využívají. Čím dál více firem má dnes profil na sociálních médiích. Firmy díky nim mohou budovat vztah se svými klienty, poskytovat jim zákaznickou podporu a relevantní informace. Mohou tak relativně pohodlným a interaktivním způsobem získat nové zákazníky, reference svých produktů nebo hledat nové zaměstnance. Nejčastěji využívaným typem sociálních médií jsou v podnicích dlouhodobě sociální sítě, na kterých měla v roce 2023 založený vlastní účet už více než polovina tuzemských firem.

Pozn.: Konkrétní názvy sociálních médií jsou v následujícím textu pouze pro objasnění a nejsou určeny k jejich propagaci.

Hlavní zjištění

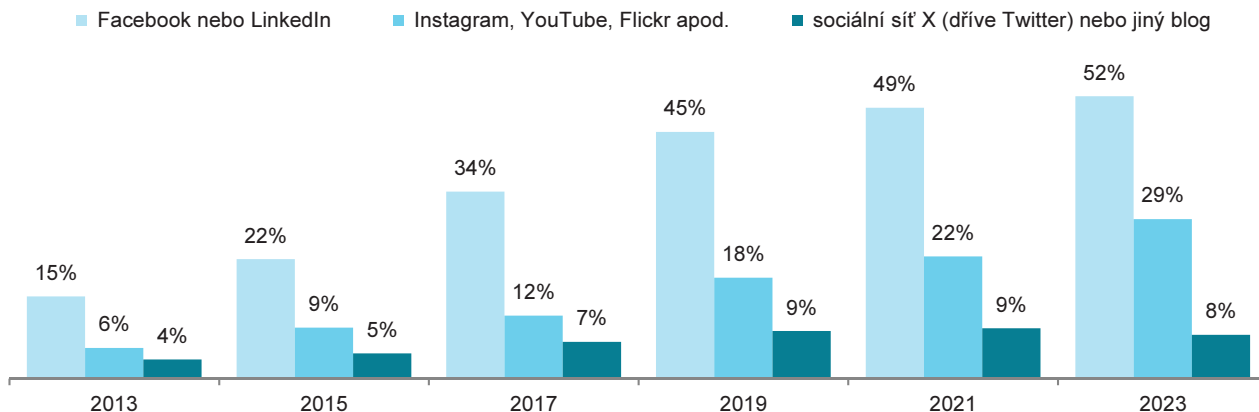
- **Profil na alespoň jednom typu sociálních médií** mělo v Česku v roce 2023 v průměru **53 % podniků** s deseti a více zaměstnanci, mezi velkými firmami to bylo 88 %. Využívání sociálních médií sledujeme od roku 2013, od té doby se podíl firem s profilem či účtem na některém z typů sociálních médií, **více než ztrojnásobil** – v roce 2013 je využívalo 17 % firem.
- Přestože se od roku 2013 podíl firem s profilem na sociálních médiích v Česku výrazně zvýšil, stále v jejich využívání **výrazně zaostáváme za většinou zemí EU27**. Tuzemské podniky se v tomto ukazateli za rok 2023 pohybují pod evropským průměrem, který činil 61 % podniků. Profil na sociálních médiích mají a tento způsob komunikace využívají nejčastěji podniky na Maltě (87 % podniků), následované severskými státy (Dánskem, Finskem a Švédskem), kde má profil na sociálních médiích více než 80 % tamějších podniků. Podobně jako podniky v Česku na tom jsou také podniky v Estonsku nebo Chorvatsku, méně než v Česku používají sociální média podniky v sousedním Polsku a Slovensku.
- Ze všech typů sociálních médií mají tuzemské podniky **profil nejčastěji na sociálních sítích**, jako jsou Facebook nebo profesní síť LinkedIn. V roce 2023 na nich mělo vlastní účet 52 % firem s 10 a více zaměstnanci. Podíl firem s uživatelským profilem na sociálních sítích se od roku 2013 zvýšil téměř 3,5 krát, nejvíce mezi malými firmami do 50 zaměstnanců a mezi velkými podniky. Účet **pouze na sociálních sítích** a na žádném jiném typu sociálních médií, měla v roce 2023 **téměř čtvrtina firem v Česku** (23 %).
- Sociální sítě používají nejčastěji podniky působící v mediálním sektoru (činnosti v oblasti vydavatelství, filmu, videozáznamů a televizních programů), v roce 2023 jich bylo 88 %. Dále jsou to firmy poskytující ubytování (86 %) nebo cestovní agentury a kanceláře (86 %). Ze zpracovatelského průmyslu mají profil na sociálních sítích nejčastěji firmy z elektronického průmyslu (57 %). Nejnižší podíl firem s profilem na sociálních sítích zaznamenáváme dlouhodobě u firem ze stavebnictví (29 %).
- Kromě sociálních sítí využívají podniky i jiné typy sociálních médií, ale podstatně méně často. Firmy mohou např. vkládat své příspěvky na webové stránky určené ke **sdílení multimediálního obsahu**, z nichž zřejmě neznámější je dnes aplikace Instagram nebo portál YouTube. V roce 2023 mělo profil na tomto typu sociálních médií 29 % podniků s deseti a více zaměstnanci v Česku. Oblibu mají stejně jako sociální sítě především u velkých subjektů (61 %) a z hlediska odvětví má profil na Instagramu, YouTube nebo podobných stránkách, nejvíce firem působících v mediálním sektoru (70 %), u cestovních agentur (65 %) nebo v ubytování (62 %).
- Využívání **firemních blogů**, například sociální sítě X, bylo mezi podniky v porovnání se sociálními sítěmi **více než šestkrát nižší** – v roce 2023 mělo v Česku firemní blog či účet na síti X 8 % firem s více než 10 zaměstnanci. Nejčastěji využívají tento typ sociálních médií opět firmy, které působí v mediálním sektoru (45 %) nebo v IT (37 %).
- Pro všechny typy sociálních médií platí, že na nich **mají profil a aktivně je používají velké firmy** než střední a malé. Nejvíce viditelný rozdíl je mezi malými firmami a velkými podniky u podnikových blogů. Velké podniky přispívají do blogů více než 6x častěji než malé firmy. Aplikace sloužící ke sdílení multimediálního obsahu jsou velkými podniky využívány více než 2krát častěji než malými firmami.
- Sociální média jsou fenoménem poslední dekády a jejich obliba stále roste, webové stránky mají české subjekty o poznání déle a jejich využívání se v poslední dekádě již prakticky nemění. Z porovnání využívání webové prezentace (podrobněji viz kapitola 3) a sociálních médií vyplynulo, že v roce 2023 měla třetina firem v ČR (32 %) jen své webové stránky a neměla profil na žádném z typů sociálních médií.

- Více než polovina podniků (51 %) měla v roce 2023 **jak webovou prezentaci, tak také profil na sociálních médiích**. Podíl těchto firem navíc každým rokem **narůstá**, od roku 2014 se **zvýšil 1,7krát**. Velkých firem, které fungují na sociálních médiích a zároveň provozují webové stránky, je dokonce více než 84 %, středně velkých je 63 %. Jen necelá dvě procenta firem měla v roce 2023 profil pouze na některém z typů sociálních médií a současně neměla webové stránky.
- Profil pouze **na jednom typu sociálních médií**, nejčastěji na sociálních sítích, měla v roce 2023 čtvrtina tuzemských firem (24 %). Nejvíce jich nacházíme v potravinářském, nápojovém a tabákovém průmyslu (30 %). Dva typy sociálních médií používalo ve stejném roce v Česku 22 % firem, častěji ty velké (32 %). Používání **dvou typů sociálních médií** je nejtýpickejší pro firmy působící v ubytování (51 %) nebo také ve stravování a pohostinství (40 %).

Důvody používání sociálních médií

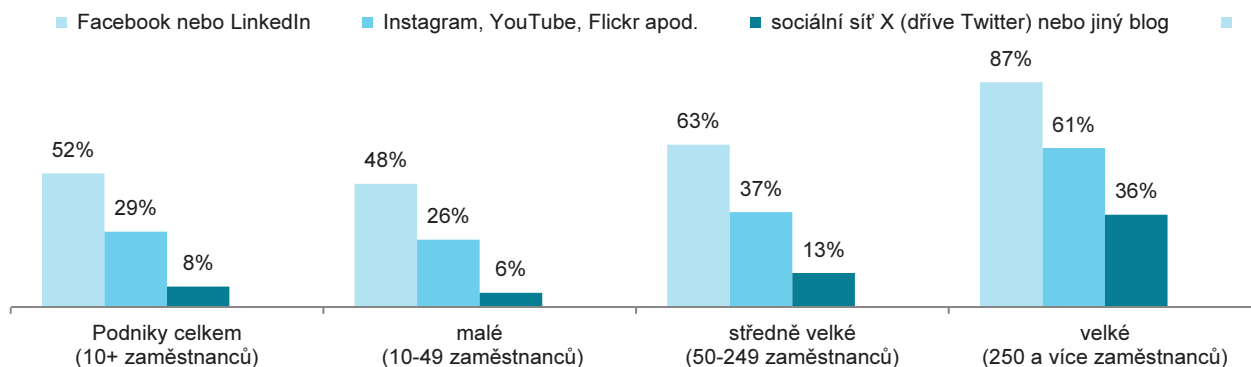
- Sociální média slouží podnikům podobně jako webové stránky k sebepropagaci a k informování veřejnosti o novinkách týkajících se jejich činnosti. Téměř všechny firmy s profilem na sociálních médiích (93 % z nich; resp. polovina všech firem s 10 a více zaměstnanci) je používají k **prezentaci firmy, zlepšování své image**. Velmi časté je používání sociálních médií k **propagaci zboží nebo služeb**, např. při uvádění nových produktů na trh. V roce 2023 to používalo 84 % podniků s profilem na sociálních médiích, tedy 44 % všech tuzemských podniků.
- Firmy prostřednictvím sociálních médií rok od roku častěji **hledají nové zaměstnance**. V roce 2023 tuto možnost využilo 64 % firem s profilem na některém z typů sociálních médií, v roce 2015 jich bylo 42 %, tedy o třetinu méně. Nové zaměstnance hledaly v roce 2023 prostřednictvím sociálních médií nejčastěji subjekty působící v IT sektoru, z odvětví zpracovatelského průmyslu to byly firmy v automobilovém průmyslu, v elektrotechnickém a strojírenském průmyslu a také v elektronickém průmyslu.
- Sociální média často firmy využívají také k **zákaznickému servisu**. Podniky v nich vytváří prostor pro své zákazníky, kteří jim mohou **klást dotazy nebo psát recenze či své názory**. Tuto možnost v roce 2023 využilo 54 % firem s profilem na sociálních médiích, čili 28 % firem celkem. Část podniků prostřednictvím sociálních médií své zákazníky interaktivně **zapojuje do vývoje nebo zdokonalování** vyráběného zboží nebo poskytovaných služeb. V roce 2023 tuto možnost využívalo 22 % podniků používajících sociální média.
- Sociální média využívala v roce 2023 necelá pětina subjektů ke **komunikaci uvnitř firmy** (17 % podniků s profilem na sociálních médiích), nebo také ke **komunikaci mezi podnikem a jeho obchodními partnery** nebo jinými organizacemi (22 % firem s profilem na sociálních médiích).
- Nad evropským průměrem jsou tuzemské podniky v používání sociálních médií k vlastní prezentaci nebo k propagaci zboží a služeb (96 % podniků s profilem na sociálních médiích v ČR, 84 % v průměru EU27; zde dokonce vévodíme evropskému žebříčku), dále v získávání nových zaměstnanců (64 % podniků s profilem na sociálních médiích v ČR, 60 % v průměru EU27), v získávání názorů, recenzí nebo dotazů od zákazníků (54 % podniků s profilem na sociálních médiích v ČR, polovina podniků v průměru EU27) a při spolupráci s obchodními partnery (37 % podniků s profilem na sociálních médiích v ČR, 28 % v průměru EU27).

Graf 5.1 Podniky v ČR s profilem na sociálních médiích



% z celkového počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v daném roce

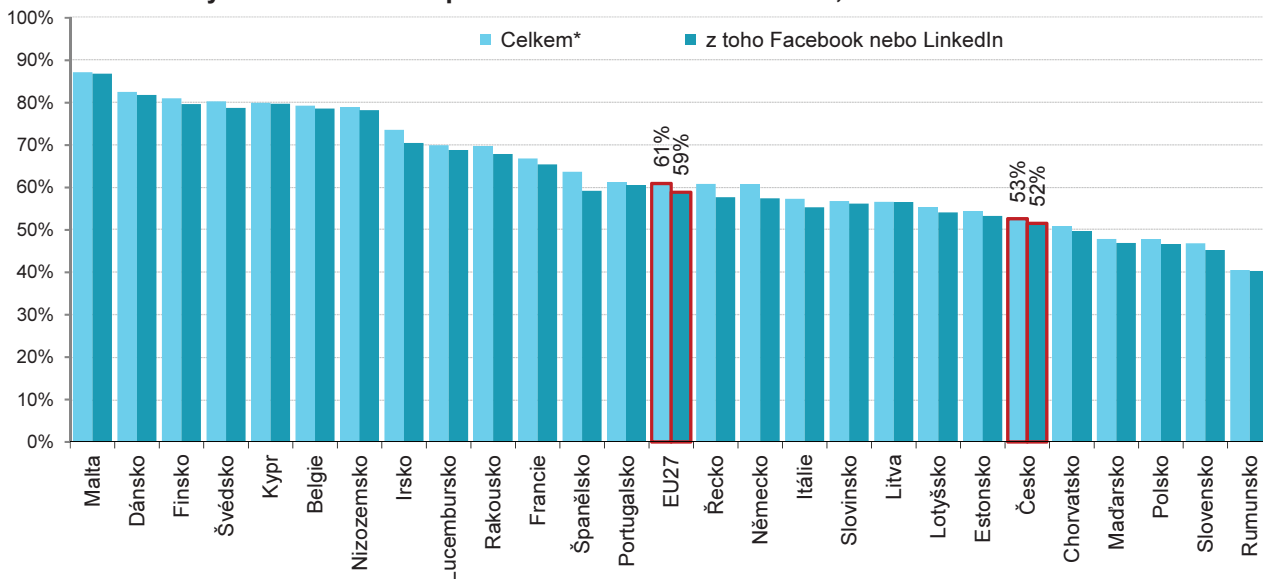
Graf 5.2 Podniky ČR s profilem na sociálních médiích; 2023



% z celkového počtu podniků v dané velikostní skupině

Zdroj: Český statistický úřad

Graf 5.3: Podniky v zemích EU27 s profilem na sociálních médiích; 2023

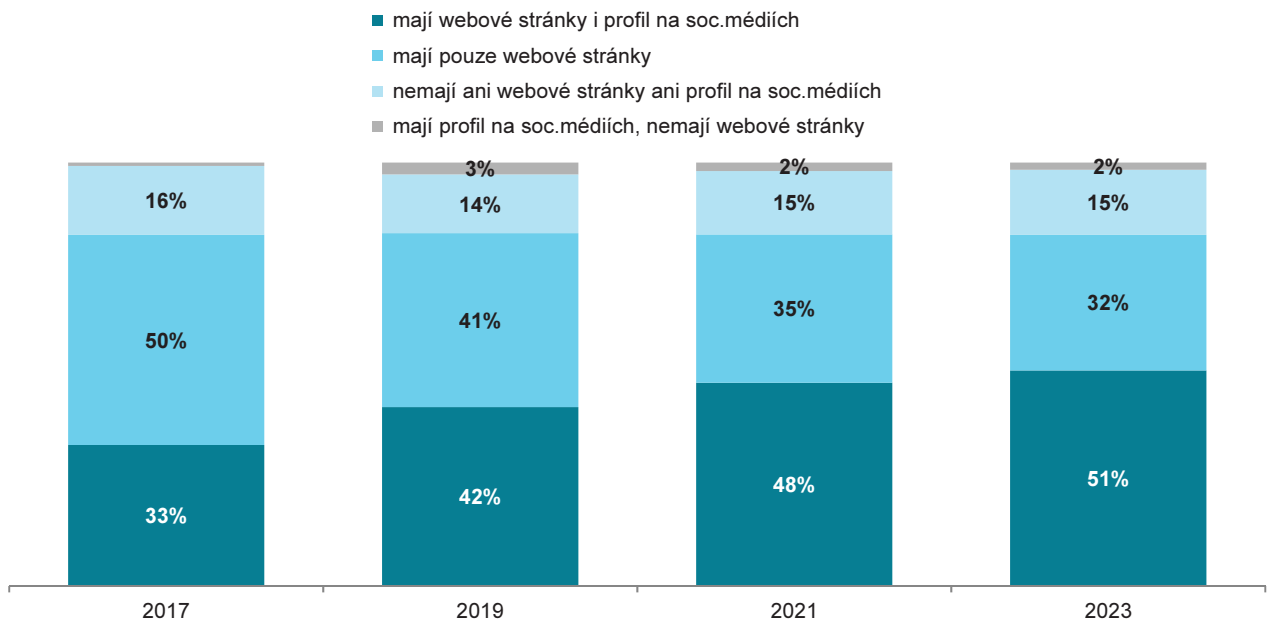


* podniky dané země mající uživatelský profil/účet na alespoň jednom typu sociálních médií

% z celkového počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v dané zemi

zdroj dat: Eurostat, prosinec 2023

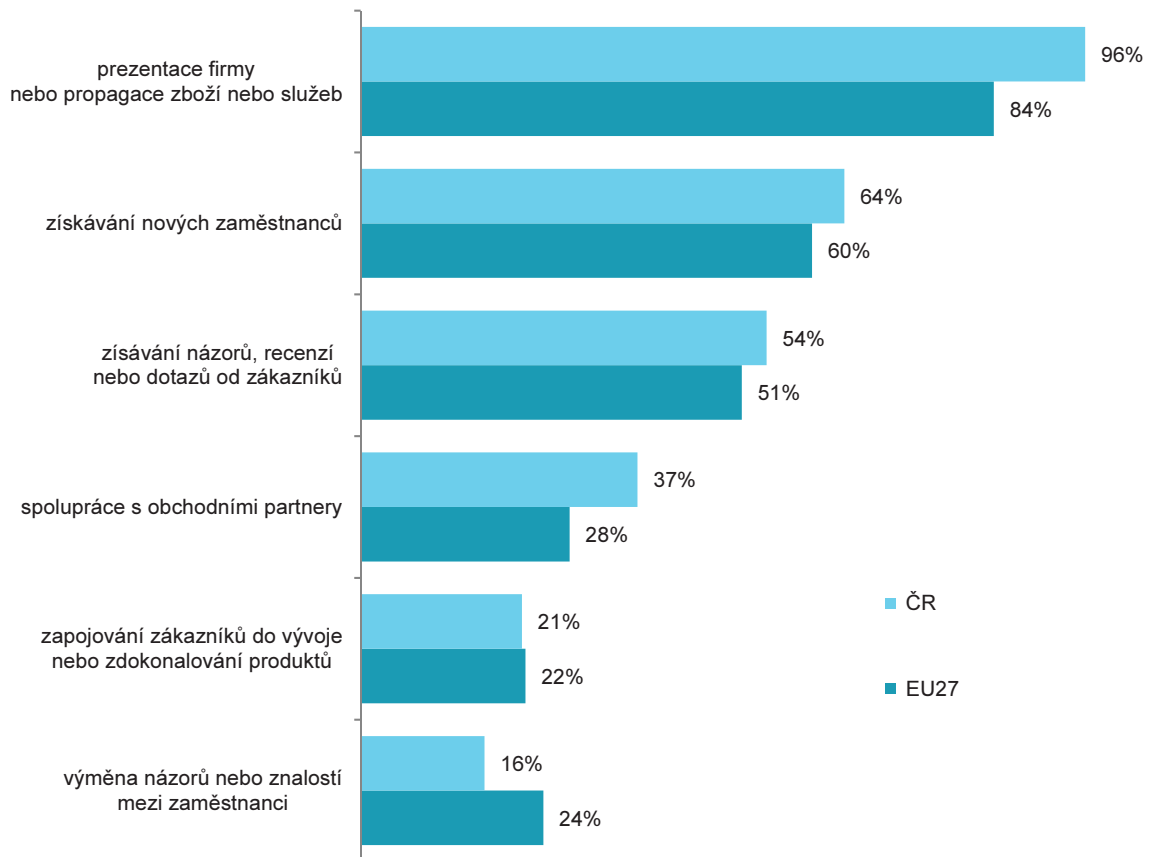
Graf 5.4: Podniky v ČR podle používání webových stránek a/nebo sociálních médií



% z celkového počtu podniků s 10 a více zaměstnanci v daném roce

Zdroj: Český statistický úřad

Graf 5.5: Důvody používání sociálních médií podniky v ČR a v zemích EU27; 2023



% z celkového počtu podniků s 10 a více zaměstnanci s profilem na alespoň jednom typu sociálních médií

zdroj dat: Eurostat, prosinec 2023