

15. Zboží a služby nakupované přes internet

Úplně nejčastější kategorií zboží, kterou lidé nakupují na internetu, je oblečení, obuv a módní doplňky. V roce 2020 si něco z této kategorie nakoupilo 30 % osob ve věku 16 a více let, což je z nakupujících na internetu více než polovina. Druhým nejčastěji nakupovaným druhem zbožím byla kosmetika. Tu si nakoupilo online 14 % osob. Třetí nejčastější nakupovanou kategorií byla kategorie Filmy a hudba (včetně placeného streamingu). Něco z této kategorie si objednalo přes internet rovněž 14 % osob.

Jaro roku 2020 znamenalo pro mnohé lidi přechod na nákup potravin online. Tyto služby využívali především obyvatelé velkých měst, kde je dovoz potravin přes internet snadno dostupný. Z obyvatel Prahy využilo těchto služeb alespoň jednou ve sledovaných 3 měsících 32 % osob. Celorepublikový průměr přitom činil 13 %. Ve městech s 50 tisíci či více obyvateli pak tento ukazatel vycházel 21 %.

Pražané také výrazně více než zbytek republiky objednávali online jídlo z restaurací či rychlého občerstvení. Ve sledovaných 3 měsících si objednalo jídlo přes internet 34 % Pražanů. Z celé republiky to bylo 13 % osob a z měst s 50 tisíci či více obyvateli 24 %.

Léky či vitamíny si ve sledovaném období objednalo online 9 % osob. Pro porovnání v roce 2010 si je přes internet objednal jen zanedbatelný počet lidí, v součtu méně než půl procenta osob.

Při nakupování přes internet, stejně jako u běžného nakupování v kamenných prodejnách, je zřejmá odlišnost nakupovaných výrobků v závislosti na pohlaví. Ženy nakupují na internetu nejvíce oblečení a obuv (39 %), kosmetiku (24 %), drogerii (19 %) a potraviny (16 %). Muži sice nakupují oblečení mnohem méně často než ženy, ale stále je to jejich nejčastější položka nákupu. Alespoň jeden kus oblečení, obuvi či doplňků si ve sledovaných měsících nakoupilo 21 % mužů. Dále muži často nakupovali sportovní potřeby (16 %), filmy či hudbu, a to ať už na fyzických nosičích nebo častěji jako placený streaming (16 %) a počítače, mobilní telefony, tablety nebo jejich příslušenství (15 %).

Velký rozdíl mezi muži a ženami je také v nakupování vozidel či jejich částí (např. pneumatik). Celkem si zboží z této kategorie koupilo na internetu 5 % osob, 10 % mužů a 1 % žen.

Kromě zboží nakupují lidé na internetu také služby. Vstupenky na kulturní či sportovní události si přes internet objednalo 9 % osob, stejný podíl mužů jako žen. Desetina osob si ve sledovaných 3 měsících zarezervovala přes internet ubytování. 7 % si objednalo jízdenky (popř. letenky).

Služby do domácnosti, jako je např. úklid domácnosti či zahrady, hlídání dětí či instalátérské práce, si objednalo ve sledovaných 3 měsících v roce 2020 1,7 % osob, nejčastěji osoby s vysokoškolským vzděláním, a to 4,5 % z nich. Z osob různého věku si takovou službu sjednalo přes internet nejvíce osob z věkové skupiny 45-54 let, a to 3,3 %.

Uzavření nové smlouvy na odběr elektřiny, vody, tepla, plynu, svoz odpadu nebo podobných služeb provedlo po internetu ve sledovaném období 1,3 % osob. Ke sjednání nového tarifu k mobilnímu telefonu nebo nové smlouvy na internet přistoupilo 4,6 % osob, nejvíce takových osob bylo mezi lidmi ve věku 25-34 let (8,4 %) a lidmi ve věku 16-24 let (7,5 %).

Webové stránky či aplikace využívá k prodeji zboží či služeb 10 % osob. Nejvíce prodávají na internetu ženy v domácnosti (zahrnuje také matky na mateřské či rodičovské dovolené). Dělá tak třetina z nich. Ze studentů prodalo zboží či služby přes internet v posledních 3 měsících před šetřením 13 % a ze zaměstnaných 12 %. Ještě vyšší podíl byl mezi vysokoškolsky vzdělanými osobami (17 %).

Nákup přes internet od soukromých osob uskutečňuje více osob, než kolik jich na internetu prodává, konkrétně je to 23 % dospělých. Z žen v domácnosti to byla celá polovina.