

14. Zboží a služby nakupované přes internet

Úplně nejčastější kategorií zboží, kterou lidé nakupují na internetu, je **oblečení, obuv a módní doplňky**. V roce 2021 si něco z této kategorie nakoupilo 39 % osob ve věku 16 a více let, což tvoří dvě třetiny z nakupujících na internetu. Druhým nejčastěji objednávaným zbožím bylo **jídlo z restaurací a rychlého občerstvení**, které si během sledovaných 3 měsíců koupilo 20 % osob. Při porovnání s rokem 2020 je u této položky vidět velký nárůst. V roce 2020 si totiž hotové jídlo objednalo online pouze 13 % osob.

Další často nakupovanou položkou byla položka **filmy a hudba (včetně placeného streamingu)**. Něco z této kategorie si objednalo přes internet 18 % osob, o rok dříve to bylo 14 % osob. Do této položky patří především sledování pořadů na placených kanálech jako je Netflix či HBO GO a placený poslech hudby přes aplikace, např. přes Spotify. Dále se sem řadí také nákup filmů na DVD či hudby na CD či vinylu, které ovšem tvoří malou část této souhrnné položky.

Celkem 16 % osob si nakoupilo **kosmetiku**. Výrazně častěji to byly ženy (26 %) než muži (4 %). **Sportovní potřeby** si nakoupilo 15 % osob a v tomto případě naopak dominovali v nákupech muži, i když jejich převaha nebyla tak velká, jako byla převaha žen v nakupování kosmetiky. Z mužů si nakoupilo sportovní potřeby na internetu 18 %, zatímco z žen 13 %.

Potraviny si v roce 2021 nakupovalo online přibližně 14 % obyvatel Česka. 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 34 % osob. Ve městech s 50 tisíci či více obyvateli pak tento ukazatel vycházel 25 %.

Něco z kategorie **Elektronika a počítače** si zakoupilo 13 % osob. Do této kategorie spadají kromě počítačů, mobilních telefonů, fotoaparátů, televizí a další elektroniky také jejich příslušenství, tedy např. sluchátka či obaly na telefony. Něco z této kategorie si objednávalo výrazně více mužů (20 %) než žen (7 %). **Jiné vybavení domácnosti** si objednalo online 16 % dotazovaných. Na rozdíl od elektroniky, kterou si častěji objednávají mladší nakupující, ostatní vybavení domácnosti si pořizují více ti starší.

Léky či vitamíny si ve sledovaném období objednalo online celkem 10 % osob. Pro porovnání v roce 2010 si je přes internet objednal jen zanedbatelný počet lidí, v součtu méně než půl procenta osob.

Kromě zboží nakupují lidé na internetu také služby. **Vstupenky** (např. na kulturní či sportovní události) si přes internet objednalo 6 % osob, což je o 2 procentní body méně než o rok dříve. **Ubytování** si ve sledovaných 3 měsících zarezervovalo 7 % osob stejně jako **jízdenky**.

Služby do domácnosti, jako je např. úklid domácnosti či zahrady, hlídání dětí či instalátorské práce, si přes internet objednala ve sledovaných 3 měsících v roce 2021 necelá 3 % osob, nejčastěji osoby s vysokoškolským vzděláním, a to 7 % z nich.

Uzavření nové smlouvy na odběr elektřiny, vody, tepla, plynu, svoz odpadu nebo podobných služeb provedla po internetu ve sledovaném období 2 % osob. Ke **sjednání nového tarifu k mobilnímu telefonu nebo nové smlouvy na internet** přistoupila necelá 4 % osob.

Webové stránky či aplikace využívá k **prodeji zboží** či služeb 9 % osob. Nejvíce prodávají na internetu ženy v domácnosti (zahrnuje také matky na mateřské či rodičovské dovolené). Dělá tak 29 % z nich. Ze studentů prodalo zboží či služby přes internet v posledních 3 měsících před šetřením 15 % a ze zaměstnaných 12 %.

Nákup přes internet od soukromých osob uskutečňuje více osob, než kolik jich na internetu prodává, konkrétně je to 22 % dospělých. Z žen v domácnosti to byla každá druhá.