

14. Zboží a služby nakupované přes internet

Úplně nejčastější kategorií zboží, kterou lidé nakupují na internetu, je **oblečení, obuv a módní doplňky**. V roce 2022 si něco z této kategorie nakoupilo 38 % osob ve věku 16 a více let, což tvořilo téměř dvě třetiny z nakupujících na internetu. Položky z této kategorie jsou nejčastěji nakupované i v celé EU.

Další často nakupovanou položkou je položka **filmy a hudba** (včetně placeného streamingu). Něco z této kategorie si objednalo přes internet 25 % osob v Česku, o rok dříve to bylo 18 % osob. Do této položky patří především sledování pořadů na placených kanálech jako je Netflix či HBO MAX (dříve HBO GO) a placený poslech hudby přes aplikace, např. Spotify Premium. Dále se sem řadí také nákup filmů na DVD či hudby na CD a vinylech, které ovšem tvoří malou část této souhrnné položky.

Potraviny si v roce 2022 nakoupilo online alespoň jednou 15 % 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 33 % osob. Ve městech s 50 tisíci či více obyvateli pak tento ukazatel vycházel 23 %.

Jídlo z restaurací a rychlého občerstvení si během sledovaných 3 měsíců koupilo 22 % osob, opět častěji obyvatelé velkých měst než malých obcí. **Léky či vitamíny** si nakoupilo online 13 % osob.

U některých položek je patrný velký rozdíl mezi tím, kolik je nakupuje mužů a kolik je nakupuje žen. Například **kosmetiku** si celkem koupilo 17 % osob. Výrazně častěji to však byly ženy (28 %) než muži (5 %). **Sportovní potřeby** si nakoupilo 16 % 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 20 %, zatímco z žen 12 %.

Něco z kategorie **Elektronika a počítače** si zakoupilo 16 % 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 objednalo výrazně více mužů (24 %) než žen (8 %). **Jiné vybavení domácnosti** si objednalo online 16 % dotazovaných. Na rozdíl od elektroniky, kterou si častěji objednávali mladší nakupující, ostatní vybavení domácnosti si pořizovali více ti starší.

Kromě zboží nakupují lidé na internetu také služby. **Vstupenky** (např. na kulturní či sportovní události) si přes internet objednalo ve sledovaných 3 měsících roku 2022 27 % osob. Pro srovnání ve stejném období předchozího roku to bylo pouze 6 % osob, a to kvůli restrikcím souvisejícím s onemocněním COVID-19. K velkému nárůstu došlo také v rezervaci **ubytování** přes internet, kdy v roce 2022 si takovou rezervaci udělalo 16 % osob, oproti 7 % v roce 2021. Podobně tomu bylo u nákupu **jízdenek**. Alespoň jednu jízdenku si ve sledovaném období roku 2022 koupilo online 18 % osob. Přitom o rok dříve se jednalo o 7 % osob.

Služby do domácnosti, jako je např. úklid domácnosti či zahrady, hlídání dětí či instalátérské práce, si přes internet objednala ve sledovaných 3 měsících v roce 2022 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 provedlo po internetu ve sledovaném období 6 % osob, což je třikrát více než o rok dříve. Ke **sjednání nového tarifu k mobilnímu telefonu nebo nové smlouvy na internet** přistoupila přes internet 4 % osob.

Webové stránky či aplikace využívá k **prodeji zboží** či služeb 14 % osob. Nejvíce prodávají na internetu ženy v domácnosti (zahrnuje také matky na mateřské či rodičovské dovolené). Dělá tak 37 % z nich. Ze studentů prodalo zboží či služby přes internet v posledních 3 měsících před šetřením 19 % a ze zaměstnaných 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 každá druhá.