

15. Zboží a služby nakupované přes internet

Úplně nejčastější kategorií zboží, kterou obyvatelé Česka nakupují přes internet, je **oblečení, obuv a módní doplňky**. V roce 2023 si něco z této kategorie nakoupilo 39 % osob ve věku 16 a více let, což tvořilo 61 % z nakupujících online. Položky z této kategorie jsou nejčastěji nakupované i v celé EU.

Další často nakupovanou položkou byla položka **filmy a hudba** (včetně placeného streamingu). Něco z této kategorie si objednalo přes internet 36 % osob v Česku, o rok dříve to bylo 25 % osob. Do této kategorie patří především sledování pořadů na placených kanálech jako je Netflix či HBO MAX 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 2023 nakoupilo online 17 % 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 37 % osob. Ve městech s 50 tisíci či více obyvateli pak tento ukazatel vycházel 26 %.

Jídlo z restaurací a rychlého občerstvení si během daných 3 měsíců objednalo online 22 % osob, opět častěji obyvatelé velkých měst než malých obcí. **Léky či vitamíny** si nakoupilo online 17 % osob.

U některých položek je patrný velký rozdíl mezi tím, kolik je nakupuje mužů a kolik je nakupuje žen. Například **kosmetiku** si celkem koupilo 19 % osob. Výrazně častěji to však byly ženy (32 %) než muži (6 %). **Sportovní potřeby** si nakoupilo 17 % 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 21 %, zatímco z žen 14 %.

Něco z kategorie **Elektronika a počítače** si zakoupilo 15 % 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 (23 %) 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 2023 28 % osob, o rok dříve to bylo 27 %, ale o dva roky dříve to bylo kvůli restrikcím souvisejícím s onemocněním COVID-19 pouze 6 % osob. K meziročnímu nárůstu došlo v rezervaci **ubytování**, kdy v roce 2023 si rezervaci online udělalo 21 % osob a o rok dříve to bylo 16 % osob. O dva roky dříve to bylo pouze 7 % osob. **Jízdenky** si v roce 2023 kupovalo online přibližně stejné množství lidí jako o rok dříve. V roce 2023 to bylo 19 % a v roce 2022 18 % osob, o dva roky dříve se jednalo pouze 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 2023 2 % osob, nejčastěji osoby s vysokoškolským vzděláním, a to 8 % z nich. **Uzavření nové smlouvy na odběr elektřiny, vody, tepla, plynu, svoz odpadu** nebo podobných služeb provedlo po internetu ve sledovaném období 5 % osob. Ke **sjednání nového tarifu k mobilnímu telefonu nebo nové smlouvy na internet** přistoupilo přes internet 6 % osob.

Webové stránky či aplikace využívá k **prodeji zboží** či služeb 15 % osob. Nejvíce prodávají na internetu ženy v domácnosti (zahrnuje především ženy na mateřské či rodičovské dovolené). Dělá tak 43 % z nich. Ze studentů prodalo zboží či služby přes internet v posledních 3 měsících před dotazováním 20 % a z pracujících 18 %. **Nákup přes internet od soukromých osob** uskutečňuje více osob, než kolik jich na internetu prodává, konkrétně je to 20 % dospělých. Z žen v domácnosti to byla každá druhá.