

**Tabulka 46: Frekvence internetových nákupů; 2. čtvrtletí 2015**

	Jednotlivci nakupující přes internet pro soukromé účely* - počet uskutečněných nákupů za období 3 měsíců:											
	1 až 2			3 až 5			6 až 10			11 a více		
	v tis.	% <sup>1)</sup>	% <sup>2)</sup>	v tis.	% <sup>1)</sup>	% <sup>2)</sup>	v tis.	% <sup>1)</sup>	% <sup>2)</sup>	v tis.	% <sup>1)</sup>	% <sup>2)</sup>
<b>Celkem 16+</b>	<b>1 297,6</b>	<b>14,8</b>	<b>35,3</b>	<b>653,6</b>	<b>7,4</b>	<b>17,8</b>	<b>124,5</b>	<b>1,4</b>	<b>3,4</b>	<b>31,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,8</b>
<i>Celkem 16-74**</i>	1 293,3	16,0	35,3	650,1	8,1	17,8	124,5	1,5	3,4	31,0	0,4	0,8
<b>Pohlaví</b>												
muži 16+	640,6	14,9	35,1	279,2	6,5	15,3	62,2	1,5	3,4	18,1	0,4	1,0
ženy 16+	657,0	14,6	35,5	374,3	8,3	20,3	62,3	1,4	3,4	12,9	0,3	0,7
<b>Věková skupina</b>												
16–24 let	230,2	22,8	37,6	104,5	10,3	17,1	16,6	1,6	2,7	5,7	0,6	0,9
25–34 let	345,9	23,7	35,4	185,8	12,7	19,0	60,2	4,1	6,2	10,9	0,7	1,1
35–44 let	350,1	20,3	34,3	198,1	11,5	19,4	24,4	1,4	2,4	11,2	0,6	1,1
45–54 let	192,4	14,3	34,7	84,2	6,3	15,2	19,2	1,4	3,5	.	.	.
55–64 let	130,0	9,1	35,6	61,9	4,4	17,0	.	.	.	.	.	.
65+	48,9	2,7	33,9	19,0	1,0	13,2	.	.	.	.	.	.
<b>Vzdělání (25+)</b>												
základní	18,5	2,5	32,1	5,6	0,8	9,7	.	.	.	.	.	.
střední bez maturity	273,1	9,4	35,1	103,0	3,5	13,2	13,5	0,5	1,7	5,7	0,2	0,7
střední s maturitou	465,1	17,5	35,6	228,5	8,6	17,5	43,9	1,7	3,4	8,1	0,3	0,6
vysokoškolské	273,9	20,9	33,6	194,7	14,9	23,9	42,1	3,2	5,2	11,5	0,9	1,4
<b>Zaměstnanecký status</b>												
zaměstnaní	918,8	18,4	34,3	498,3	10,0	18,6	90,9	1,8	3,4	26,1	0,5	1,0
nezaměstnaní	47,2	18,2	53,5	9,2	3,6	10,5	7,4	2,9	8,4	.	.	.
ženy na RD	92,4	23,5	36,0	63,3	16,1	24,6	19,9	5,0	7,7	.	.	.
studenti	161,5	22,4	36,4	68,3	9,5	15,4	14,7	2,0	3,3	5,3	0,7	1,2
starobní důchodci	75,6	3,4	35,2	27,9	1,3	13,0	.	.	.	.	.	.

<sup>1)</sup> Hodnota je procentem z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině

<sup>2)</sup> Hodnota je procentem z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině, kteří nakoupili přes internet (z nakupujících přes internet)

\* Nákup přes internet zahrnuje objednání zboží nebo služeb elektronickou cestou přes internet. Produkt objednaný přes internet nemusí být placen přes internet, dodání zboží či služeb je možné on-line (po internetu) nebo off-line (poštou nebo osobně). Za nákup přes internet se nepovažuje pouhé rozhodnutí o uskutečnění nákupu na základě informací získaných přes internet.

\*\* Údaje, které uvádí Eurostat za Českou republiku, zahrnují pouze jednotlivce ve věku 16 až 74 let. ČSÚ u tohoto šetření standardně uvádí data za všechny jednotlivce starší 16 let.

Zdroj: Český statistický úřad, 2015