

**Table 27a: Individuals purchasing over the Internet, 2005–2010**

%<sup>1)</sup>

	Individuals who purchased over the Internet in the last 12 months					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Total 16+</b>	5,5	11,7	15,3	21,0	22,0	25,4
<b>Total 16–74</b>	.	12,6	16,5	22,7	23,7	27,4
<b>Sex</b>						
males	7,3	14,6	18,3	24,5	25,3	28,0
females	3,8	9,0	12,5	17,7	18,8	23,0
<b>Age group</b>						
16–24	6,7	18,2	22,9	35,0	31,7	38,8
25–34	9,7	18,9	25,1	35,6	37,9	44,5
35–44	9,7	17,6	21,5	26,0	30,1	34,7
45–54	4,0	9,6	13,7	18,7	18,4	22,1
55–64	1,8	4,7	6,9	9,6	11,3	10,5
65–74	.	1,4	2,2	2,3	3,5	4,1
75+	.	.	.	.	.	1,5
<b>Education (25+)</b>						
basic	.	0,6	0,6	2,9	2,1	4,2
secondary without matura examination	2,1	4,8	6,4	12,4	12,5	14,0
secondary with matura examination	8,0	15,2	22,5	25,2	28,5	32,7
tertiary	16,7	31,9	32,6	40,3	41,5	43,8
<b>Employment status</b>						
employed	8,2	15,9	20,2	27,2	28,2	32,7
manual workers	.	.	.	17,5	17,4	22,0
non-manual workers	.	.	.	34,2	35,4	39,7
unemployed	3,0	5,5	8,8	11,5	18,2	21,3
inactive	2,3	6,5	9,0	12,9	13,7	16,2
<b>Specific groups</b>						
students	6,9	22,1	25,9	36,8	34,1	40,7
retired	0,4	1,4	2,0	2,3	3,3	3,7
<b>Population</b>						
under 1 999	.	.	.	.	19,4	23,1
2 000–9 999	.	.	.	.	21,8	23,8
10 000–49 999	.	.	.	.	22,8	26,6
50 000 and more	.	.	.	.	23,8	28,1

Source: Czech Statistical Office, 2010

Survey period — 2nd quarter of a given year

<sup>1)</sup> As a % of total number of individuals in a given socio-demographic group