

Tabulka 16.16: Proč jednotlivci v ČR nenakupují na internetu (2), 2019

	Obavy o bezpečnost při platbě online nebo při poskytování osobních údajů			Složitější postup při případné reklamaci, dlouhá doba dodání, problémy s převzetím zboží			Jiné důvody		
	v tis.	% ¹⁾	% ²⁾	v tis.	% ¹⁾	% ²⁾	v tis.	% ¹⁾	% ²⁾
Celkem 16+	200,0	2,3	10,1	212,5	2,4	10,7	385,9	4,4	19,5
Pohlaví									
Muži 16+	92,9	2,2	8,8	107,8	2,5	10,2	190,9	4,5	18,1
Ženy 16+	107,0	2,4	11,6	104,7	2,3	11,3	195,0	4,3	21,1
Věková skupina									
16–24 let	4,4	0,5	3,0	9,3	1,1	6,3	66,3	7,7	45,0
25–34 let	6,9	0,5	4,6	21,6	1,6	14,3	39,0	2,8	25,8
35–44 let	35,8	2,1	10,3	41,0	2,4	11,8	67,0	3,9	19,2
45–54 let	31,3	2,1	8,5	41,4	2,8	11,2	57,8	3,9	15,7
55–64 let	53,7	4,1	11,2	49,8	3,8	10,4	68,3	5,2	14,2
65–74 let	52,2	4,1	13,7	39,4	3,1	10,3	65,4	5,2	17,1
75+	15,7	2,0	15,2	10,1	1,3	9,7	22,1	2,8	21,3
Vzdělání (25–64 let)									
Základní	10,5	3,0	8,5	13,9	4,0	11,3	30,8	8,9	25,0
Střední bez maturity	66,3	3,3	9,7	59,0	2,9	8,7	115,7	5,7	17,0
Střední s maturitou + VOŠ	31,7	1,4	7,8	62,8	2,8	15,5	63,1	2,8	15,6
Vysokoškolské	19,3	1,5	13,9	18,1	1,4	13,0	22,5	1,8	16,2
Ekonomická aktivita (16+)									
Zaměstnaní	100,8	2,0	9,0	134,1	2,7	11,9	185,6	3,7	16,5
Ženy v domácnosti*	6,3	1,5		5,5	1,3		16,0	3,9	
Studenti	4,4	0,6	3,8	5,0	0,7	4,3	54,0	8,0	
Starobní důchodci	78,2	3,4	13,9	53,6	2,4	9,5	99,5	4,4	17,7

¹⁾ Podíl z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině

²⁾ Podíl z jednotlivců v dané socio-demografické skupině, kteří používají internet, ale v posledních 12 měsících nenakoupili online

* Zahnuje i ženy (popř. muže) na rodičovské či mateřské dovolené