

## 17. Zboží a služby nakupované přes internet

Úplně nejčastějším druhem zboží, které lidé nakupují na internetu, je oblečení a obuv. V roce 2019 je nakoupilo 37 % osob ve věku 16 a více let, z nakupujících na internetu to bylo 6 osob z 10. Druhým nejčastěji nakupovaným zbožím byla kosmetika a drogerie. Tu si objednalo online 19 % osob – tito jednotlivci tvořili třetinu nakupujících na internetu. Sportovní potřeby si online nakoupilo 18 % osob, tj. 30 % nakupujících. Stále více lidí nakupuje na internetu také potraviny. Od roku 2010, kdy podíl osob nakupujících potraviny byl téměř nulový (činil necelé procento), vzrostl na 9 %. Nejvíce nakupují potraviny na internetu ženy v domácnosti (tato kategorie zahrnuje také ženy, popř. muže, na rodičovské a mateřské dovolené), z kterých tak v posledních 12 měsících před šetřením učinilo 28 %. Léky či vitamíny si v současnosti objednává online 8 % osob (tj. 14 % z osob, které nakupují na internetu), v roce 2010 si je objednal jen zanedbatelný počet lidí, v součtu méně než půl procenta osob.

Při nakupování přes internet, stejně jako u běžného nakupování v kamenných prodejnách, je zřejmá odlišnost nakupovaných výrobků v závislosti na pohlaví. Ženy nakupují na internetu nejvíce oblečení a obuv (45 %), kosmetiku (31 %), drobné vybavení domácnosti (18 %) a knihy (17 %). Muži nejčastěji nakupují elektroniku (např. TV, fotoaparáty, telefony – včetně příslušenství a aplikací) (29 %), oblečení a obuv (28 %), dále pak sportovní potřeby (24 %), jiné vybavení domácnosti (20 %) a počítače, software či příslušenství k počítačům (19 %).

Kromě zboží nakupují lidé na internetu také služby. Vstupenky na kulturní události objednává přes internet 24 % osob, tj. 41 % z těch, co nakupují na internetu. O něco více si je objednávají ženy (26 %) než muži (22 %). Vstupenky na sportovní akce si objednává 9 % osob, tj. 15 % z nakupujících online. Na rozdíl od vstupenek na kulturní akce si tyto vstupenky objednávají častěji muži (15 %) než ženy (4 %).

Čtvrtina osob si v roce 2019 zarezervovala přes internet ubytování. Přimo na stránkách hotelů, penzionů či jiných komerčních zařízení si ubytování objednalo 7 % osob. 9 % osob využilo k nákupu ubytování specializované stránky, kde si mohou porovnat různá ubytování jako je např. Booking.com či Trivago. 8 % osob si ubytování nakoupilo na webových stránkách cestovních kancelářů či agentur.

Ubytování u soukromých osob si v roce 2019 zajistilo 5 % osob. Nejoblíbenější je toto ubytování mezi studenty. Zajistilo si ho 8 % z nich. Studenti mají pro tyto účely v oblíbené především sociální sítě. Přes ty si ubytování v soukromí zajistilo 5 % studentů. Přes specializované stránky (např. Airbnb) si zajistilo ubytování 3 % z nich. Tyto stránky jsou oblíbenější u osob ve věku 25–34 let – v posledním roce si přes ně zbookovalo ubytování 7 % osob v tomto věku. Stejný podíl se našel mezi vysokoškoláky. Ve srovnání s ostatními zeměmi evropské osmadvacítky jsou Češi ve sjednávání ubytování v soukromí pod průměrem.

Spolujízdu využívá v České republice 6 % osob. Nejčastěji jsou to studenti, z kterých si v posledním roce zajistilo spolujízdu 13 %. Starší osoby využívají spolujízdu výrazně méně. Díky tomu osoby ve věku 16–34 let tvoří téměř polovinu všech, kteří se spolujíždou přepravují. V evropském srovnání jezdí Češi spolujíždou méně, než je průměr. Ten činil v roce 2018 necelých 8 %. Ve většině zemí výrazně převyšují podíly mladých lidí využívajících spolujízdu nad podíly starších osob.

Webové stránky či aplikace využívá k prodeji zboží či služeb 11 % osob. Nejvíce prodávají na internetu ženy v domácnosti (zahrnuje také matky popř. otce na rodičovské či mateřské dovolené). Dělá tak třetina z nich. Další významnou skupinou prodávajících na internetu jsou studenti. Z těch něco v posledních 3 měsících prodalo přes internet 16 %. Stejný podíl byl mezi vysokoškolsky vzdělanými.