

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra statistiky**



**Diplomová práce**

**Internet a jeho využití v domácnostech**

**Bc. Simona MACHOVÁ**

© 2015 ČZU v Praze

**!!!**

**Místo této strany vložíte zadání diplomové práce.  
(Do jedné vazby originál a do druhé kopii)**

**!!!**

### Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Internet a jeho využití v domácnostech" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31. 3. 2015

---

## Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu své diplomové práce RNDr. Janu Groszovi za vstřícný přístup, poskytnuté rady a vedení, které mi při zpracování diplomové práce poskytl. Dále bych ráda poděkovala své rodině a blízkým za podporu při studiu.

# **Internet a jeho využití v domácnostech**

---

## **Internet and its use in the households**

### **Souhrn**

Diplomová práce se zabývá internetem a jeho využitím v domácnostech. Internet je fenoménem dneška, internetová populace neustále roste a pro stále více lidí je internet každodenní součástí života.

V teoretické části práce jsou definovány základní pojmy týkající se tématu, stručný náhled do historie internetu, práce také obsahuje výčet služeb, které internet nabízí a typů připojení k internetu. V práci jsou dále rozebrány a shrnuty výsledky šetření o využívání informačních a komunikačních technologií v České republice, které provádí Český statistický úřad. Součástí práce je srovnání vývoje posledních let a na základě dat z minulých let je vytvořena předpověď budoucího vývoje.

V praktické části práce je na základě získaných znalostí sestaven dotazník týkající se využívání internetu mezi jednotlivci. Tento dotazník je distribuován a následně vyhodnocen. Na základě získaných dat je analyzován český internetový uživatel. Výsledky šetření slouží k potvrzení či zamítnutí stanovených hypotéz.

### **Summary**

This graduation theses deals with internet and its usage in the households. Internet is a phenomenon of now, the internet population is constantly growing and for more and more people it is an everyday part of the live.

In the theoretical part of this theses there are the basic notions concerning the subject defined, a brief view in the history of internet, the theses contains also the listing of services, that internet offers and also internet connection types. In the theses there are further investigation results about usage of informational and communication technology in the Czech Republic, that is provided by the Czech Statistical Office. The theses contains last years development comparison and based on the data of past years the future forecast has been created.

In the practical part of the theses there is a questionnaire concerning the usage of the internet among the individuals created. This questionnaire is being distributed and evaluated consequently. Based on the gained data the Czech internet user is analysed.

**Klíčová slova:** internet, domácnost, uživatel internetu, připojení k internetu, WiFi, počítač, notebook, vyhledávač, internetové bankovníctví, e-shop, sociální síť

**Keywords:** Internet, household, internet user, internet service provider, WiFi, computer, notebook, search engine, internet banking, e-shop, social network

# OBSAH

1	ÚVOD .....	5
2	CÍLE A METODIKA .....	7
3	TEORETICKÁ ČÁST .....	8
3.1	Český statistický úřad .....	9
3.2	Eurostat .....	9
3.3	Domácnost .....	10
3.3.1	Domácnost v soukromém právu .....	10
3.3.2	Domácnost v mikroekonomii.....	11
3.3.3	Domácnosti v České republice .....	11
3.4	Internet .....	12
3.4.1	Historie internetu .....	13
3.4.2	Historie internetu v České republice.....	14
3.4.3	Internet v České republice dnes .....	16
3.5	Připojení k internetu.....	23
3.5.1	Drátová připojení .....	24
3.5.2	Bezdrátová připojení.....	24
3.5.3	Mobilní připojení .....	25
3.6	Služby, které internet nabízí .....	26
3.7	Aktivity vykonávané na internetu.....	26
3.7.1	Komunikace .....	27
3.7.2	Vyhledávání informací .....	27
3.7.3	Sociální sítě.....	28
3.7.4	Hraní her .....	28
3.7.5	Další aktivity.....	28
3.8	Nakupování na internetu .....	31
3.8.1	Výhody nakupování na internetu .....	32
3.8.2	Nevýhody nakupování na internetu .....	32
3.8.3	Nakupování online v České republice .....	32
3.9	Trendy v nakupování na internetu .....	37
3.9.1	Uložka, Zásilkovna .....	37
3.9.3	Nákup potravin online .....	39
3.10	Internetové bankovníctví .....	41
4	PŘEDPOVĚĎ BUDOUCÍHO VÝVOJE .....	44
4.1	Domácnosti s počítačem .....	44
4.2	Domácnosti s připojením k internetu.....	45
4.3	Jednotlivci starší 16 let používající počítač .....	46
4.4	Jednotlivci starší 16 let používající internet .....	47
5	PRAKTICKÁ ČÁST .....	49
5.1	Dotazník.....	49
5.1.1	Respondenti .....	50
5.2	Výsledky dotazníku .....	50
6	ZÁVĚR .....	76

7	POUŽITÉ ZDROJE.....	79
7.1	Literární zdroje .....	79
7.2	Internetové zdroje .....	80
8	SEZNAMY .....	81
8.1	Seznam tabulek .....	81
8.2	Seznam grafů .....	82
8.3	Seznam obrázků.....	83
9	PŘÍLOHY .....	83



# 1 ÚVOD

Je neuvěřitelné, že se počítače - původně obrovské stroje umístěné v rozlehlých místnostech a propojené množstvím kabelů, dostaly až do domácností. Původně existovalo několik málo kusů počítačů, které byly výsadou male hrstky lidí, v současnosti považujeme počítač za standard. Podobné je to s internetem, v jeho počátcích k němu mělo přístup jen pár vyvolených vědců, dnes považujeme za téměř samozřejmé připojit se k internetu, kdykoliv se nám zachce.

Informační a komunikační technologie zapříčinily revoluci dnešní doby. Počítače i internet zasáhly do vývoje všech možných oblastí od armády, průmyslu, vědy, zdravotnictví, školství, bankovníctví, zábavní průmysl atd.

Dnes si spousta lidí svůj život nedokáže představit bez počítače a internetu a využívá je denně. Pomocí internetu lze získávat informace, komunikovat, hrát hry, vzdělávat se, nakupovat a mnoho dalšího.

Stále existují jedinci, kteří odmítají počítač i internet a nechtějí se přizpůsobit rychlému technologickému vývoji světa. Těchto zarputilců je však minimum.

Využívání počítačů a internetu má i své nevýhody. Všudypřítomné informace, jež lze najít za pár vteřin pomocí vyhledávače, nás ovlivňují stále více. Na jednu stranu je jedinec počítačově gramotný, což je v dnešní společnosti téměř nutnost, na stranu druhou lidé nemají potřebu například něco se učit, číst, zjišťovat, pokud hotovou informací naleznou během chvilky. Další problémy se vyskytují v oblasti komunikace. Někteří jedinci spolu díky technologiím komunikují méně, přijde jim jednodušší nechat vzkaz na sociální síti, poslat email, než se navštívit a povídat si osobně. Je nutné rozlišovat skutečný svět a virtuální realitu.

Odvrácenou tvář těchto úžasných technologií je závislost. Ač se může zdát přehnané označovat tyto technologie za něco způsobující závislost a srovnávat je s životem

nebezpečnými zabijáky, jako jsou například drogy a alkohol, mohou být pro jedince také velmi nebezpečné. Jedinec trpící závislostí na internetu, tzv. netholismem, jej nadměrně používá a tím je negativně ovlivněn jeho psychický stav, dochází ke komplikacím v sociální sféře, ve společnosti, v práci či ve škole. U lidí závislých na internetu mohou nastat i zdravotní potíže, případně finanční újma.

V konečném důsledku ale převládají klady vyspělých technologií a bezpochyby nám v mnohém ulehčují život.

## 2 CÍLE A METODIKA

Cílem práce je potvrdit či vyvrátit stanovené pracovní hypotézy. Teoretická část práce čerpá z dostupných literárních i internetových zdrojů.

V diplomové práci je analyzováno, jak jednotlivé domácnosti a její členové využívají internet a služby s ním spojené. Podstatné je zjištění, jaký mají domácnosti přístup k vybraným informačním a komunikačním technologiím a které činnosti upřednostňuje jednotlivci.

V teoretické části práce je využito dat získaných z výběrového šetření Českého statistického úřadu a Eurostatu. Data z těchto institucí jsou využita ke srovnání úrovně připojení k internetu v České republice a v zemích Evropské unie. Data také slouží k vytvoření predikce pro rok 2015.

K získání dat v praktické části je využito empirické metody dotazování. Dotazník je sestaven na základě předchozího nastudování potřebné literatury, poté distribuován elektronickou formou a následně vyhodnocen. Výsledky slouží k potvrzení či zamítnutí stanovených hypotéz.

Hypotézy musí být jasné, stručné a srozumitelné. V diplomové práci jsou stanoveny tyto hypotézy:

- Hypotéza č. 1: Uživatelé se na internet připojují nejčastěji doma.
- Hypotéza č. 2: Internet je nejvíce navštěvován kvůli komunikaci.
- Hypotéza č. 3: Zákazníci e-shopů objednávají nejvíce elektroniku a oděvy.
- Hypotéza č. 4: Mezi uživateli internetu převládá věková kategorie 21 – 35 let.
- Hypotéza č. 5: Internetové bankovníctví využívá více než 70% uživatelů internetu.

### 3 TEORETICKÁ ČÁST

Teoretická část práce je rozdělena na deset kapitol, které se dále dělí na subkapitoly. První kapitola je věnována Českému statistickému úřadu, který je důležitým zdrojem dat, díky kterému je možné srovnávat výsledky šetření. Je zde popsána hlavní činnost, náplň práce a vymezení jeho působnosti v zákoně. Druhá kapitola pojednává o Eurostatu. Eurostat je statistický úřad Evropské unie. Díky tomuto úřadu je možné srovnávat data mezi členskými zeměmi.

Ve třetí kapitole je vysvětlován pojem domácnost, a to ze dvou hledisek, jednak z hlediska právního a jednak z hlediska ekonomického. V další kapitole přichází na scénu již samotný internet, v jednotlivých subkapitolách je rozebrána historie internetu, v další pak historie konkrétně v České republice a nakonec, jak to s internetem u nás vypadá dnes.

Další kapitola podává přehled o jednotlivých typech připojení k internetu, kterých je možno využít. Šestá kapitola se zabývá službami, jež internet poskytuje a kterých uživatel může využít.

Následuje kapitola o aktivitách, které lze na internetu provozovat. Protože aktivit mohou být stovky, jsou vybrány pouze ty nejzákladnější, například komunikace, vyhledávání informací, zábava apod.

Samostatnou kapitolou je nakupování jako zvláštní aktivita na internetu. Tato kapitola má další tři subkapitoly, ve kterých jsou zdůrazněny výhody a nevýhody online nakupování a poté je podán přehled o nakupování na internetu v České republice. Navazující kapitolou jsou trendy v nakupování, v této části jsou vybrány trendy, které získávají na oblibě až poslední dobou, jedná se o novinky, které na trhu působí jen několik málo let.

Kapitola internetové bankovníctví volně navazuje na kapitolu týkající se nakupování, je samozřejmostí, že za nakoupené zboží je nutné zaplatit a internetové bankovníctví to jednoduše umožňuje.

### **3.1 Český statistický úřad**

Český statistický úřad (dale jen ČSÚ) je ústřední organ státní správy České republiky. Úřad byl zřízen 8. ledna 1969 zákonem č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstevch a jiných ústředních orgánů státní správy. Působnost ČSÚ je vymezena v zákoně č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě.<sup>1</sup>

Úřad je nezávislý na vládě i politických stranách. ČSÚ získává a posléze zpracovává a vyhodnocuje data určená ke statistickým účelům a zpracovaná data zveřejňuje. Zveřejněná data jsou dostupná nejen státním úřadům, jsou volně dostupná široké veřejnosti na internetových stránkách úřadu czso.cz. Zde nalezneme nejpodstatnější informace z oblastí sociálního, ekonomického a demografického vývoje. Jsou zde k dispozici také kompletní výsledky jednotlivých šetření. Dále ČSÚ vydává Statistickou ročenku České republiky a další publikace.

Jedenkrát za 10 let ČSÚ organizuje Sčítání lidu, domů a bytů. Výstupy tohoto šetření jsou nejobsáhlejším zdrojem informací o obyvatelstvu České republiky. Naposledy se Sčítání lidu, domů a bytů konalo v roce 2011.

Nedílnou součástí aktivit Českého statistického úřadu je srovnání dat České republiky se zahraničními statistickými údaji, nejčastěji pocházející z Evropské unie – z Eurostatu.

### **3.2 Eurostat**

Eurostat je statistickým úřadem Evropské unie se sídlem v Lucemburku. Eurostat byl založen v roce 1953 a od roku 1948 je Generálním ředitelstvím (Directorate General) Evropské komise. Úkolem Eurostatu je poskytování statistik dalším generálním ředitelstvím, poskytování dat Komisi a ostatním evropským institucím za účelem definování, realizace a analýzy politiky Společenství.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> O ČSÚ [online]. ČSÚ [cit. 9. ledna 2015]. Dostupné z <<https://www.czso.cz/csu/czso/o-csu>>

<sup>2</sup> Databáze Eurostatu [online]. ČSÚ [cit. 9. ledna 2015]. Dostupné z <<http://apl.czso.cz/pll/eutab/html.h>>

Díky Eurostatu lze srovnávat statistické údaje napříč zeměmi Evropské unie. Eurostat svá data získává od jednotlivých členských států, respektive jejich organizací k tomu pověřených, v České republice data Eurostat získává od Českého statistického úřadu.

Nejčastěji Eurostat využívají mezinárodní i vládní instituce, firmy, novináři a student. Na internetových stránkách [ec.europa.eu/Eurostat](http://ec.europa.eu/Eurostat) lze najít rozmanitá statistická data.

Data Eurostatu jsou podstatná také pro Evropskou centrální banku a další instituce Evropské unie, které se zabývají ekonomickými otázkami.

### **3.3 Domácnost**

Domácnost je základní společenský a ekonomický subjekt. Na domácnost můžeme nahlížet z pohledu práva či z pohledu mikronomie. V ekonomii lze fungování domácnosti vysvětlit teorií spotřebitele.

#### **3.3.1 Domácnost v soukromém právu**

Původní občanský zákoník, který platil do 31. 12. 2013, definoval domácnost podle § 115 takto:

- Domácnost tvoří fyzické osoby, které spolu trvale žijí a společně uhrazují náklady na své potřeby.<sup>3</sup>

V Novém občanském zákoníku (zákon č. 89/2012 Sb.), který platí od 1. ledna 2014, není domácnost jako taková definována. Nový občanský zákoník používá pojem rodinná domácnost, čímž bylo zrušeno označení společná domácnost. Přestože není domácnost

---

<sup>3</sup> Občanský zákoník (zákon č. 40/1964 Sb.) (platnost do 31. 12. 2013) [online]. Ley.cz o.s., 2005 – 2014 [cit. 2. února 2015]. Dostupné z <<http://zakony-online.cz/?s6&q6=115>>

přesně definována, jedná se o zažitý a jasně pochopitelný pojem, podobně jako rodina, kterým právo operuje. Pojem rodinná domácnost nalezneme v Novém občanském zákoníku například v částech Uspokojování potřeb rodiny, Rozhodování o záležitostech rodiny, Obvyklé vybavení rodinné domácnosti.

Ochrana obydlí, kde rodina žije, je hlavním smyslem zákona. Jednotlivé domácnosti se mohou v čase i místě proměňovat.

### **3.3.2 Domácnost v mikroekonomii**

Teorie spotřebitele se zabývá tím, jakým způsobem a podle čeho se spotřebitel rozhoduje o vložení svého disponibilního důchodu, tedy důchodu, který má k dispozici a který získává ze svých činností, na trh výrobků a služeb. Důchod spotřebitele je omezen linií rozpočtu. Jednotlivci i domácnosti vstupují na trh, aby si opatřili statky, buď vzácné nebo užitečné.<sup>4</sup>

Domácnost je zde chápána jako skupina fyzických osob, které jsou nositeli osobních a skupinových potřeb. Spotřebitelé tedy zaujímají pozici kupujícího. Finanční hospodaření domácností se nazývá rodinný rozpočet.

Hlavním cílem spotřebitelů je uspokojit své potřeby. Každý se snaží maximalizovat svůj užitek. Zjednodušeně řečeno, každý spotřebitel chce získat co nejvíce za co nejméně.

### **3.3.3 Domácnosti v České republice**

Z výsledků sčítání lidu za rok 2011 vyplývá, že v České republice žilo 10 562 214 obyvatel. Dlouhodobými tendencemi v domácnostech u nás jsou růst počtu domácností a snižování členů v jednotlivých domácnostech.

---

<sup>4</sup> Teorie spotřebitele [online]. *Ekonomie a ekonomika*, 2006 [cit. 15. února 2015]. Dostupné z <<http://www.ecorp.euweb.cz/Mikroekonomie.html>>

ČSÚ v posledním sčítání rozlišoval 2 typy domácností:<sup>5</sup>

- Bytová domácnost – osoby žijící společně v jednom bytě
- Hospodařící domácnost – osoby zde žijící společně hradí výdaje na domácnost.

Hospodařící domácnosti se dále dělí na:

- Domácnost rodinná – tvoří ji jedna úplná rodina - manželské páry, faktická manželství (soužití druha a družky), faktická partnerství (soužití osob stejného pohlaví), s dětmi i bez dětí
- Domácnost rodinná – tvoří ji jedna neúplná rodina – jeden z rodičů a alespoň jedno dítě
- Domácnost rodinná – tvořena dvěma a více rodinami
- Domácnost nerodinná vícečlenná – tvořena dvěma nebo více osobami příbuznými i nepříbuznými, které společně hospodaří
- Domácnost jednotlivce

V roce 2011 bylo dle čísel uváděných Českým statistickým úřadem v České republice 4 375 122 domácností. Průměrný počet osob v domácnosti v roce 2011 činil 2,34 osob. Domácnosti jednotlivců tvoří cca jednu třetinu, nejčastějšími osobami žijícími jednotlivě jsou mladí lidé (singles) a senioři.

### **3.4 Internet**

Internet patří mezi největší světové vynálezy, o tom netřeba pochybovat. Nelze ale určit jediné jméno vynálezce, jedná se o kolektivní a celosvětové dílo. Tento lidský výtvarný je stále nedokončené dílo, které skrývá obrovský potenciál a stále nabízí nové možnosti využití a dalšího rozvoje. Na dalším vývoji se mohou podílet mozky z celého světa, a to právě díky celosvětovému propojení.

Internetová síť je složena z velkého množství vzájemně propojených institucí, které se podporují a které jako celek tvoří společenství. Toto společenství sahá z jednoho konce

---

<sup>5</sup> Domácnosti jednotlivců [online]. ČSÚ, 31. 3. 2014 [cit. 2. února 2015]. Dostupné z <[http://www.scitani.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9F0034FBAA/\\$File/170226-14.pdf](http://www.scitani.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9F0034FBAA/$File/170226-14.pdf)>



světa na druhý. Internetová síť je vlastně taková síť, jež se skládá z dalších sítí. Internet je síť sítí, které fungují v určité hierarchii. Vstup na internet nám umožňuje navštívit kybernetický prostor (Cyberspace). Každý počítač může komunikovat s dalším počítačem, pokud jsou připojeny k síti.

Propojením lokálních (místních) sítí LAN vzniká rozlehlé propojení WAN, které funguje na základě protokolu TCP/IP. Klienti využívají internetových služeb, které nabízejí servery.

Dnes je již internet běžnou součástí našich životů. Díky internetu můžeme například komunikovat s lidmi, na druhém konci světa, které jsme nikdy neviděli nebo vstoupit do diskuze stovek či tisíců lidí vzdálených na míle daleko, nebo se virtuálně podívat na místa, která bychom jinak za celý život nenavštívili. Téměř na každé vizitce nalezneme adresu elektronické pošty či stránky společnosti. Vždy tomu tak ale nebylo.

### **3.4.1 Historie internetu**

První myšlenka, která vedla ke vzniku a později k rozvoji internetu spatřila světlo světa na přelomu šedesátých a sedmdesátých let. Hlavním cílem bylo zajištění komunikace úřadů v USA po nukleární válce. Na tomto cíli pracovala organizace RAND společně s univerzitami MIT a Los Angeles (UCLA) a v roce 1968 spustily první testovací síť.

Další projekt vytvořila instituce Advanced Research Project Agency (ARPA). Tento projekt vznikl pod záštitou Ministerstva obrany USA. Síť nazvali ARPANET. Tuto síť zpočátku tvořily pouze čtyři počítače. Na počátku vzniku sloužil internet pouze pro armádní účely a využívalo jej jen několik málo počítačů.<sup>6</sup>

V další fázi se internet rozšířil na univerzitní a vědeckou půdu, což bylo ale o několik let později od užívání internetu armádou, konkrétně v roce 1972. V tomto roce se k původním

---

<sup>6</sup> Bartošek, M. Krátce z historie internetu [online]. Zpravodaj ÚVT MU. ISSN 1212-0901, 1995, roč. V., č. 3, s. 10-13. [cit. 8. ledna 2015]. Dostupné z <<http://webserver.ics.muni.cz/zpravodaj/articles/22.html>>

čtyřem počítačům připojilo dalších padesát. A síť byla rozdělena sítě dvě - na Arpanet a Milnet.

V roce 1981 následovala síť Bitnet, která měla sloužit k propojení amerických vysokých a středních škol. Zavedení této sítě bylo značně problematické. Po dalším výzkumu se v roce 1983 zrodil protocol TP/IP, jehož se využívá dodnes.

Rok 1986 vedl ke vzniku sítě NSFNET, s její pomocí se propojilo pět superpočítačů, tato síť nahradila původní Arpanet. Síť NREN byla vytvořena v roce 1991.<sup>7</sup>

Krokem od toho, aby internet mohla využívat širší a později nejšířší veřejnost, byl vznik webových stránek na přelomu, k tomu došlo roku 1993. Hlavní jméno, které se se vznikem webových stránek spojuje, je Tim Berners Lee, pocházející ze Švýcarska. Tento Švýcar přišel na nový způsob výměny informací, který původně sloužil atomovým fyzikům. Webové stránky, které jsou známé pod zkratkou WWW (World Wide Web), umožnily uživatelům přístup k dokumentům, v nichž bylo možné zobrazit formátovaný text a obrázky.<sup>8</sup>

Nyní už se k internetu dostali i běžní uživatelé, tedy i ti, kteří nebyli odborníky na výpočetní techniku. Další výzkum byl financován díky komerčnímu zaměření, které se čím dál častěji začalo v jednotlivých dokumentech objevovat. Ve druhé polovině devadesátých let díky rychlému rozvoji došlo k masivnímu rozšíření po celém světě. V roce 1996 se uskutečnil První veletrh internetové technologie. Tehdy už se pojetí internetu začalo podobat něčemu, co známe dnes.

### **3.4.2 Historie internetu v České republice**

Počátky internetu u nás se datují od roku 1990. První experimenty, které měly vést k vytvoření počítačové sítě, se zkoušely pomocí komutovaných linek veřejné telefonní sítě. Na počátku roku se k nám dostaly počítačové sítě FIDO a EUnet. Na podzim přišla síť EARN (European Academic and Research Network, která fungovala na pevných okruzích.

---

<sup>7</sup> RENDA, M. Internet CZ a Netscape Navigator. 1. vyd. Praha: Grada, 1997. 232 s. ISBN 80-7169-379-0.

<sup>8</sup> PÍSEK, S. Internet v rodině. 1. vyd. Praha: Grada, 2001. 128 s. ISBN 80-247-0117-0.

Prvním připojeným byl počítač IBM 438. Tento počítač se nacházel v Oblastním výpočetním centru (OVC) ČVUT v Praze.<sup>9</sup>

K prvnímu oficiálnímu připojení došla právě na ČVUT dne 13.2.1992. Díky přednímu internetovému odborníkovi Jiřímu Peterkovi víme, že ten den bylo v Praze krásně slunečno.

*"Byl to jeden z těch dnů, kdy se mohlo stát něco opravdu významného. Znáte to, podle hesla že jednoho krásného dne... A také se skutečně stalo: tehdejší Československo či vlastně Česká a Slovenská Federativní Republika rukou společnou a nerozdílnou vstoupily do celosvětového internetu. Byl to slavnostní akt, jakési vítání nového človíčka v online světě, ale bez pompézních a okázalých gest. Vše se odehrálo před několika desítkami nadšenců, povětšinou z akademického světa, a za účasti několika hostů ze zahraničí, ponejvíce také z akademické sféry."<sup>10</sup>*

V Československu vznikly dva projekty na výstavbu české a slovenské sítě, které by byly propojené na trase Praha – Bratislav. Česká síť byla pojmenována FESNET (Federal Educational and Scientific NETwork), název se zanedlouho změnil na CESNET (Czech Educational and Scientific NETwork). Ve stejnou dobu vznikla slovenská verze sítě nazvaná SANET (Slovak Academic NETwork).<sup>11</sup>

Původně se hlavní uzly nacházely pouze v Praze a Brně, posléze přibýly České Budějovice, Hradec Králové, Liberec, Plzeň a v roce 1993 už bylo uzlů 11. Původním záměrem sítě CESNET bylo propojení vysokých škol, tedy působení pouze na akademické půdě. Postupem času se připojení rozšířilo i do komerční sféry. Ze zisků pak byl financován další rozvoj.

---

<sup>9</sup> Historie sítě internet [online]. [cit. 8. ledna 2015]. Dostupné z <<http://ihistory.webzdarma.cz/chap/cr.php>>

<sup>10</sup> KASÍK, P. Český internet slaví 20. narozeniny, vzpomíná na skromné začátky [online]. ČTK, 13. 2. 2012 [cit. 8. ledna 2015]. Dostupné z <[http://technet.idnes.cz/cesky-internet-slavi-20-narozneniny-vzpomina-na-skromne-zacatky-p7u-/sw\\_internet.aspx?c=A120213\\_000221\\_sw\\_internet\\_pka](http://technet.idnes.cz/cesky-internet-slavi-20-narozneniny-vzpomina-na-skromne-zacatky-p7u-/sw_internet.aspx?c=A120213_000221_sw_internet_pka)>

<sup>11</sup> CHURÝ, L. Internet a jeho historie v ČR [online]. 27. 12. 2005 [cit. 8. ledna 2015]. Dostupné z <<http://programujte.com/clanek/2005122001-internet-a-jeho-historie-v-cr/>>

Ke spoji Praha – Linec přibýly spoje Praha – Vídeň, Praha – Amsterdam, Praha – Banská Bystrica.

### 3.4.3 Internet v České republice dnes

V roce 2012 oslavil český internet své dvacáté narozeniny. V současné době se k internetu připojuje většina české populace. Ruku v ruce s informatizací společnosti šla potřeba mapovat ukazatele ovlivňující změny a rozšíření informačních technologií ve společnosti. Český statistický úřad pravidelně analyzuje informace o využívání informačních a komunikačních technologií v České republice. Děje se tak za pomoci Výběrového šetření o využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci (VŠIT).

Tento průzkum pořádá i Evropský statistický úřad - EUROSTAT, který výběrové šetření u nás zaštiťuje, díky tomu je možné srovnávat mezi sebou jednotlivé státy v Evropské unii. Šetření je realizováno v souladu s nařízením Evropského parlamentu a Rady Evropské unie č. 808/2004, o statistice společenství o informační společnosti. První šetření proběhlo v roce 2003, tomu předcházelo pilotní šetření v roce 2002. Od roku 2006 se šetření uskutečňuje ve 2. Čtvrtletí daného roku ve všech zemích EU.<sup>12</sup>

Šetření nezjišťuje pouze dostupnost technologií v domácnostech a mezi nimi, ale také otázky s tím související, například:

- Místo použití počítače a internetu
- Frekvence použití počítače a internetu
- Čas strávený na internetu
- Elektronický obchod
- Bezpečnost na internetu
- Děti, počítač a internet atd.

---

<sup>12</sup> Úřední věstník L 143, 30/04/2004 S. 0049 – 0055 [online]. EUROSTAT, 30. 4. 2004 [cit. 5. ledna 2015]. Dostupné z <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32004R0808:CS:HTML>>

Společně s VŠIT probíhá Výběrové šetření pracovních sil (VŠPS). Propojení výsledků těchto dvou šetření lze získat podstatné informace o informační společnosti v souvislosti s demografickými a sociálními ukazateli.

Dotazník, pomocí něhož probíhalo šetření v roce 2014, obsahoval 50 otázek. 10 otázek bylo určeno pro domácnosti, 40 pro jednotlivce. Šetření se zúčastnilo 4310 domácností (tj. 71% vybraných domácností), celkem 8059 jednotlivců, kteří byli starší 16 let.

Dotazník byl rozdělen do několika oblastí:<sup>13</sup>

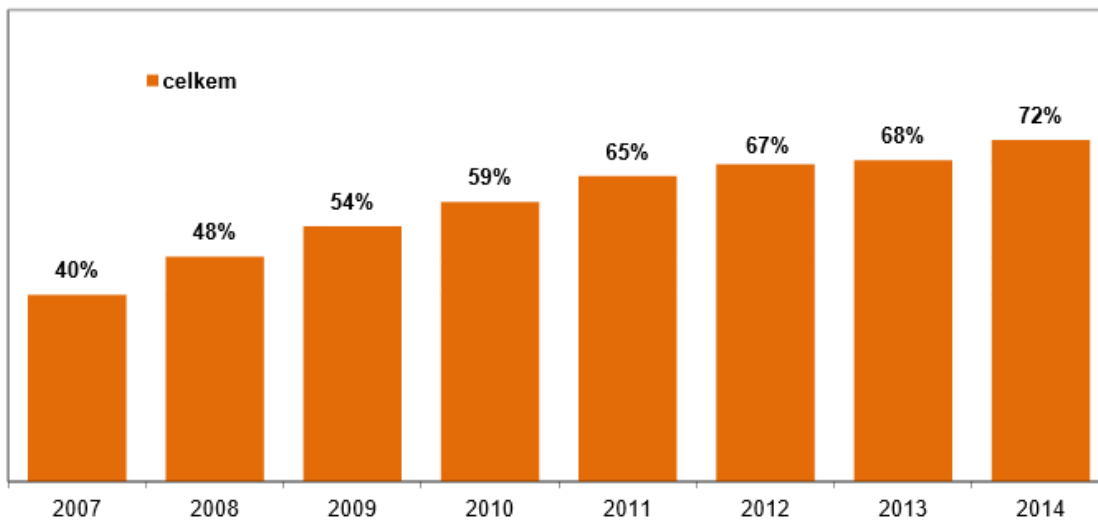
- Přístup v domácnosti k vybraným informačním a komunikačním technologiím
- Přístup jednotlivců k vybraným informačním a komunikačním technologiím
- Přístup k internet prostřednictvím mobilních a přenosných zařízení
- Činnosti prováděné jednotlivci prostřednictvím internetu
- Použití internetu k nakupování
- Použití internetu ve vztahu k veřejné správě
- Využití internetových úložišť

Dle údajů ČSÚ bylo v roce 2014 domácností s počítačem a připojením k internetu 72%. Poprvé tak bylo pokořeno 70%.

---

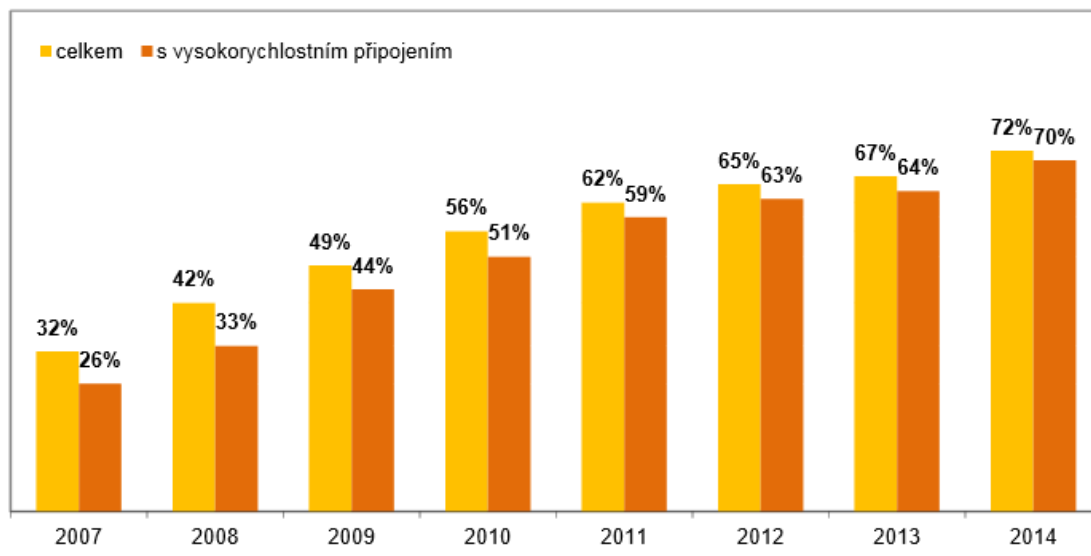
<sup>13</sup> Základní informace o šetření [online]. ČSÚ, 2014 [cit. 5. ledna 2015]. Dostupné z <[http://www.jihlava.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9D003017E8/\\$File/062004-14m.pdf](http://www.jihlava.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9D003017E8/$File/062004-14m.pdf)>

**Graf 1: Domácnosti s počítačem.**



Zdroj: ČSÚ, 2014

**Graf 2: Domácnosti s připojením k internetu.**



Zdroj: ČSÚ, 2014

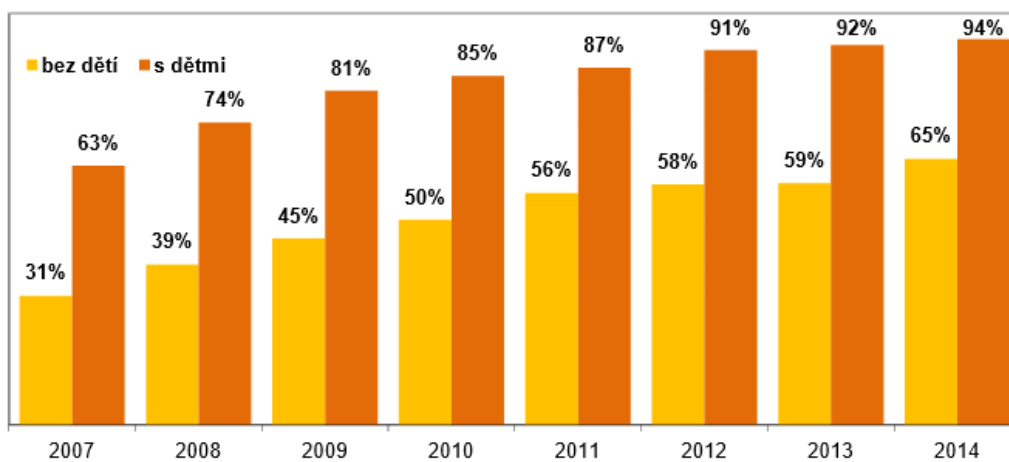
Oproti předešlým letům se jedná o velký nárůst. Vždyť v roce 1991 mělo u nás počítač jen 100 tisíc domácností, tedy jen pouhá 4%. O jednu dekádu později počítačem disponovalo 2,6 milionu domácností. A v současné době 72% představuje 3,1 milionu domácností.

Ve zprávě vypracované Českým statistickým úřadem stojí, že domácností s počítačem, ale bez připojení k internetu, bylo v roce 2014 pouhých 10 tisíc. Avšak dodává, že čísla jsou

značně nepřesná, jelikož spousta domácností si připojení k internetu zařídila jinak (například pomocí chytrých telefonů či televizí).

Rozdíly ve vybavenosti domácností počítačem a internetem lze spatřovat ve skutečnosti, zda-li v domácnostech žijí děti nebo nikoliv. V domácnostech s dětmi mělo počítač a internet podstatně více, konkrétně 94%. Naopak domácnosti bez dětí měly počítač a internet jen ve dvou třetinách. Zde rozlišujeme domácnosti s jedním dítětem (94%) a domácnosti se dvěma dětmi (94,3%).

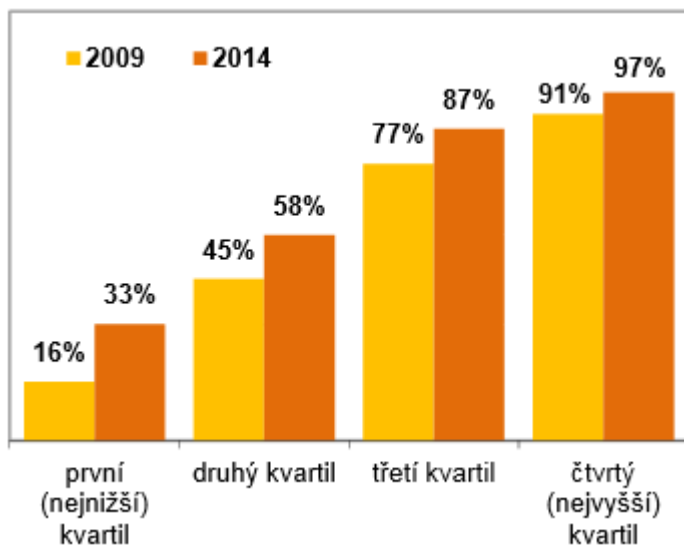
**Graf 3: Domácnosti s počítačem podle přítomnosti dětí.**



**Zdroj: ČSÚ, 2014**

Neplatí ale, že čím více dětí, tím vyšší vybavenost počítačem a internetem, naopak s rostoucím počtem dětí (3 a více), vybavenost klesá. Lze tedy předpokládat, že situace závisí na příjmech domácnosti.

**Graf 4: Domácnosti s počítačem podle příjmů domácností.**



Zdroj: ČSÚ, 2014.

V grafu 3 můžeme vidět, že v domácnostech nejnižšího kvartilu (tj. nejchudší domácnosti) mělo počítač a internet v roce 2014 pouhých 33% a naopak v domácnostech s nejvyšším kvantilem (tj. Nejbohatší domácnosti) bylo počítačem a internetem vybaveno 97%. Graf také vykresluje rozdíly mezi lety 2009 a 2014, vybavenost se zvyšuje s postupem let ve všech kvartilech.

Nejméně vybaveny počítačem a internetem byly domácnosti důchodců (pouze jedna desetina z nich byla takto technologicky vybavena).

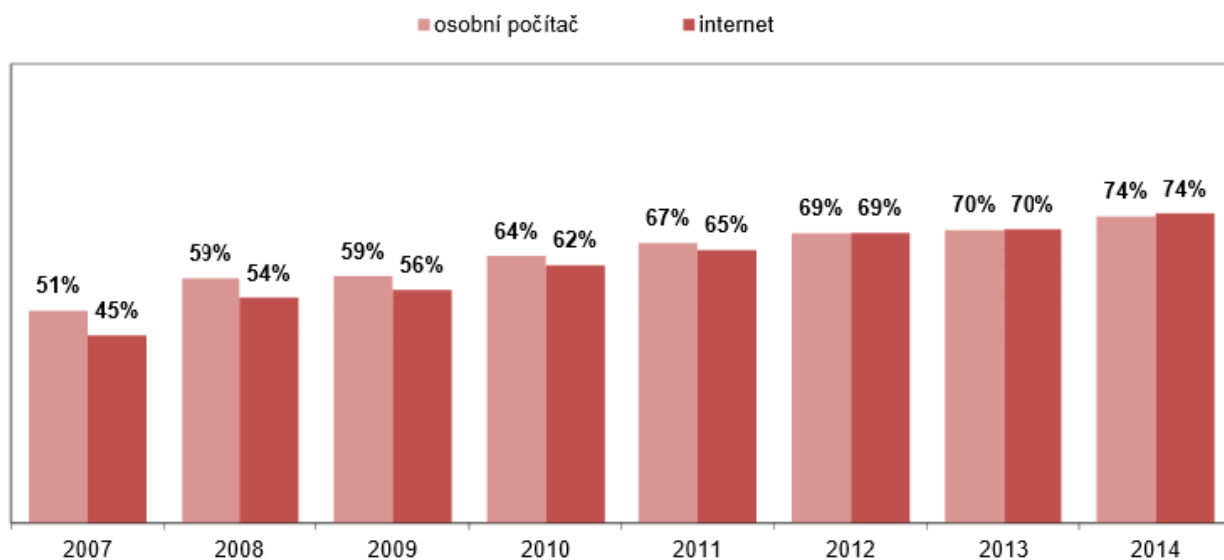
Pokud se podíváme na statistiku jednotlivců starších 16 let, kteří využívají počítač, zjistíme, že této technologii využívalo více než 6,4 milionu jednotlivců (celkem 73,5% z populace osob starších 16 let). V roce 2007 to byla zhruba polovina. Pětina osob při šetření uvedla, že počítač nevyužila nikdy, tito jednotlivci ale většinou spadali do skupiny osob starších 65 let.

Internet v roce 2014 používalo 6,5 milionu uživatelů (74,2%). Necelých 1,9 milionu uvedlo, že internet nepoužilo nikdy. V případě srovnání mužů a žen ČSÚ uvádí, že internet používalo 77% mužů a 71% žen, rozdíly tedy nejsou nijak markantní. Až ve vyšším věku



mají větší převahu muži. Ve skupině jednotlivců ve věku 16-24 let využití dosahuje 98%. Specifickou kategorií jsou studenti, kteří internet využívají téměř stoprocentně.

**Graf 5: Jednotlivci starší 16 let využívající počítač a internet.**



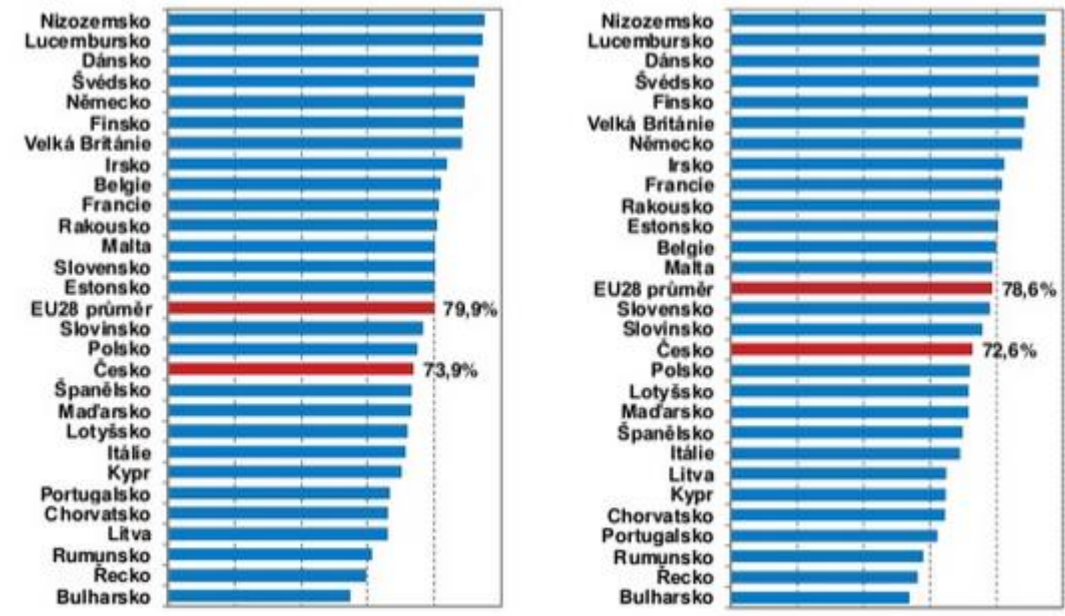
**Zdroj:** ČSÚ

Ve srovnání českých domácností vybavených počítačem a internetem s ostatními zeměmi Evropské unie dle Eurostatu v roce 2013 se Česká republika nachází pod evropským průměrem. Domácností se zde rozumí obydlí, kde žije alespoň jeden člen ve věku 16-74 let, proto se některá data mohou lišit od dat pocházejících ze statistického úřadu v předešlých tabulkách.

Evropský průměr činí 79,9% v případě vybavenosti počítačem a 78,6% v případě připojení k internetu. Čísla týkající se České republiky jsou následující – domácností s počítačem bylo 73,9% a domácností s připojením k internetu 72,6%. Tabulkám v obou případech vévodí státy Nizozemsko, Lucembursko, Dánsko a Švédsko.

Naopak státy s nejnižší vybaveností počítači i připojením k internetu jsou Bulharsko, Řecko a Rumunsko. Podobnými čísly, co se týče vybavenosti počítači, jako Česká republika disponují státy Slovinsko, Polsko, Španělsko a Maďarsko. V případě připojení k internetu jsou na tom podobně státy Slovensko, Slovinsko, Polsko a Lotyšsko.

Graf 6: Domácnosti s počítačem (vlevo) a domácnosti s připojením k internet (vpravo) v EU-

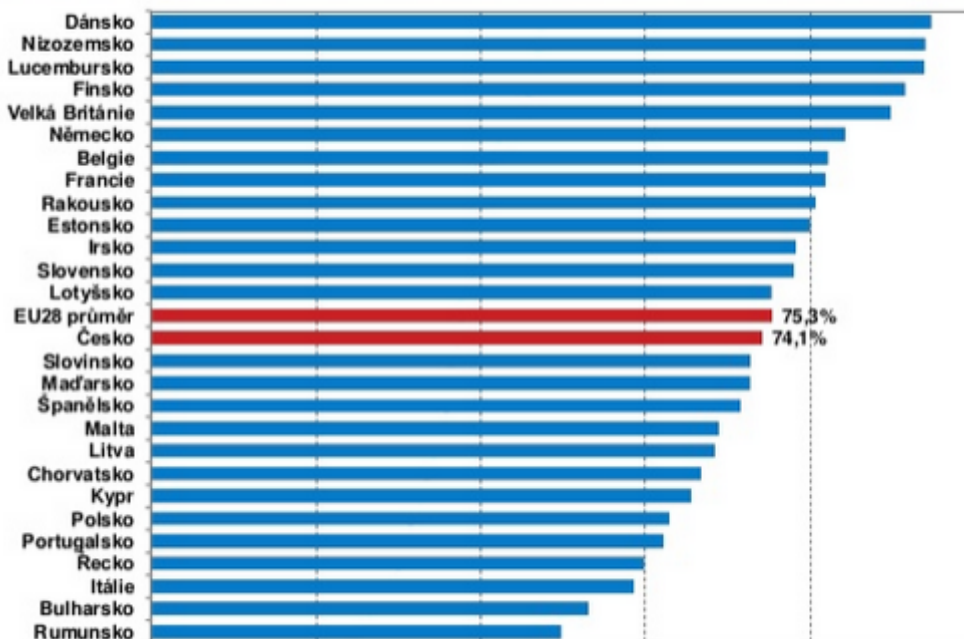


Zdroj: ČSÚ, Eurostat, 2013

Evropský průměr jednotlivců používající internet činí 75,3%. Jednotlivec je chápán jako osoba ve věku od 16 do 74 let. Česká republika se nachází těsně pod tímto průměrem s číslem 74,1%. Obdobně jsou na tom státy Slovensko, Lotyšsko, Slovinsko a Maďarsko.

Na špičce tabulky lze spatřit Dánsko, Nizozemsko, Lucembursko a Finsko. Na opačném konci tabulky se nachází Rumunsko, Bulharsko, Itálie a Řecko, jako státy s nejméně jednotlivci využívajících internet.

Graf 7: Jednotlivci používající internet v zemích EU.



Zdroj: ČSÚ, Eurostat, 2013

### 3.5 Připojení k internetu

Mezinárodní dálkové spoje mají vysokou přenosovou rychlost, avšak nejsou schopny dosáhnout až ke koncovým uživatelům. Připojení uživatelů funguje pomocí několika různých technologií. Ty, kteří zprostředkovávají připojení k internetu, nazýváme Internet Service Provider (ISP).

Připojení můžeme rozdělit na tři skupiny, podle toho “přes co data tečou”.<sup>14</sup>

- Drátová připojení
- Bezdrátová připojení
- Mobilní připojení

<sup>14</sup> Jak se připojit k internetu aneb Jaké typy připojení jsou na výběr? [online]. DSL [cit. 11. Ledna 2015]. Dostupné z <<http://www.dsl.cz/jak-na-to/2-zaciname/26-jak-se-prijit-k-internetu>>

Každý typ připojení má své výhody i nevýhody, každý uživatel má možnost vybrat si podle svých požadavků – například ceny, rychlosti atd.

### **3.5.1 Drátová připojení**

Drátové připojení je realizováno nějakým typem kabelu. Mezi klady tohoto připojení patří vysoká rychlost při stahování i odesílání dat, téměř neomezené datové limity a stabilita.

Nejpoužívanější drátová připojení:

- ADSL/VDSL
- Internet přes kabelovou televizi
- Optické nebo ethernetové přípojky

Typy připojení jsou seřazeny podle četnosti využívání, tedy nejčastěji je využíváno připojení ADSL/VDSL.

### **3.5.2 Bezdrátová připojení**

Bezdrátový typ připojení je u nás využíván nejvíce, jde o nejvíce populární připojení v České republice. WiFi přístup k internetu funguje na bázi mikrovlnných vln a využívá bezlicenčních frekvenčních pásem. WiFi (Wireless Fidelity) technologie lze využít kdekoliv, kde je signál od poskytovatele internetu.

Uživatelé nejčastěji volí tuto variantu díky poměrně nízké ceně a vysoké rychlosti přenosu dat.

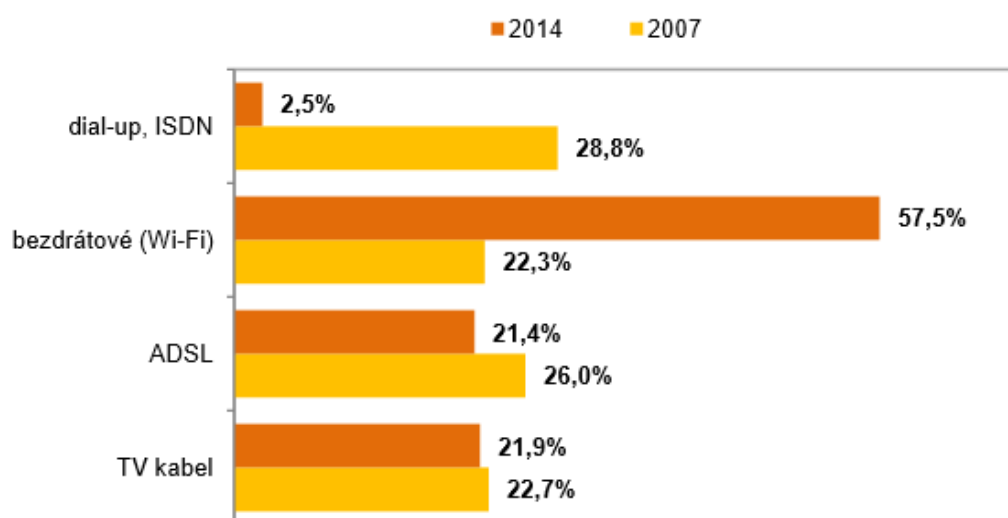
Výhodou je, že v případě tohoto připojení není nutná pokládka kabelů, tím pádem existuje možnost připojení i tam, kam kabely nedosáhnou (například v odlehlých sídlech). Nevýhodou je nižší bezpečnost, hrozí tak bezpečnostní problémy a útoky hackerů. Na jejím zlepšení pracuje další bezdrátová technologie WiMAX, která by měla být postupným

následníkem WiFi. Výhodou WiMAX připojení je velké pokrytí území, dosah a vysoká přenosová rychlost.

### 3.5.3 Mobilní připojení

Výhodou mobilního připojení je, že se uživatel připojí odkudkoliv. Telefon, notebook či tablet je možné využít kdekoliv a kdykoliv, je tedy možné volně se pohybovat, nic nebrání cestování. Bohužel vysokorychlostní sítě u nás zatím nejsou dostatečně husté.

**Graf 8: Typy připojení k internetu.**



**Zdroj: ČSÚ, 2014**

V grafu 5 je jasně vidět, že mezi typy připojení k internetu vévodí WiFi. Ve srovnání mezi lety 2007 a 2014 je jasně vidět vysoký nárůst oblíbenosti. Oproti tomu například připojení pomocí služby dial-up (vytáčené připojení přes telefonní linku) se dnes už využívá minimálně.

Nejlepší připojení je ve velkých městech nad 50 tisíc obyvatel.

### **3.6 Služby, které internet nabízí**

Na internetu mohou uživatelé využívat velkého množství služeb. Služby spravují konkrétní program, které pracují na základě protokolů. Zde je přehled těch nejzákladnějších:

- WWW (World Wide Web) – nejpoužívanější služba internetu. Slouží ke zveřejňování informací. Jedná se o webové stránky, které jsou zobrazované pomocí webového prohlížece. Používá se protokolu HTTP, v případě protokolu zabezpečeného HTTPS.
- E-mail – elektronická pošta. Posílání zpráv mezi uživateli internetu.
- FTP (File Transfer Protocol) – slouží k hromadnému přenosu souborů mezi různými počítači prostřednictvím sítě. Takto lze přenést např. hudbu, fotografie, videa, filmy atd.
- Intranet – zajištění komunikace a zveřejnění informací v rámci podnikové počítačové sítě.
- Telnet – pomocí této služby lze pracovat na vzdáleném počítači.
- Instant Messaging – tzv. okamžité zprávy. Online komunikace mezi uživateli, nejznámější ICQ.
- Telefonování přes internet – není potřeba telefonní linky. Nejznámější Skype.
- News (Netnews) – internetové diskuzní skupiny nebo chaty.
- Sociální sítě – nejmodernější komunikační kanál a fenomén dnešní doby. Zde se spojují činnosti komunikace, zábavy, informací atd. Nejznámější jsou Facebook a Twitter.

### **3.7 Aktivity vykonávané na internetu**

Aktivit, které lze vykonávat na internetu, je nespočet. Dá se říci, že si každý může zvolit podle své libosti a zájmů, co bude na internetu dělat a k jakým účelům bude této technologie využívat.

### **3.7.1 Komunikace**

Asi nejvyužívanější aktivitou, kterou uživatelé internetu využívají, je komunikace. Díky internetové komunikaci je možné komunikovat s osobami vzdálenými na kilometry, s osobami, které uživatel nikdy v životě neviděl.

Komunikovat lze v reálném čase, tedy ihned, buď psanou formou přes různé chaty, komunikační aplikace, Messenger, ICQ apod. Nebo také telefonovat např. Přes Skype. Komunikovat lze také s určitým časovým zpožděním přes emaily, zprávy apod. Internetová komunikace dnes pomalu nahrazuje komunikaci klasickou – tedy formou dopisů.

Výhody elektronické komunikaci spočívají hlavně v její rychlosti a téměř nulových nákladech. Rychlý pokles oblíbenosti zaznamenal také fax.

Elektronicky je také možné komunikovat s orgány veřejné správy. Klient nemusí jít na úřad, nemusí jednat s úředníkem, nemusí dlouho čekat než na něho přijde řada. Klienti s veřejnou správou mohou komunikovat za pomoci datových schránek, e-portalů, případně CzechPOINT.

### **3.7.2 Vyhledávání informací**

Vyhledávání informací je další podstatnou aktivitou, jež uživatelé internetu vykonávají. Výhodou je rychlá a snadná dostupnost téměř všech informací, které dotyčný potřebuje.

Fulltextové vyhledávače hledají informace za použití klíčových slov, které uživatel zadá a vyhledávač mu vrátí výsledky s nejvyšší relevancí. Vyhledávání informací usnadňuje vzdělávání, šetří čas i peníze.

### **3.7.3 Sociální sítě**

Sociální sítě umožňují svým uživatelům, kteří se zaregistrují, aby si vytvořili vlastní profil a následně přes něj komunikovali s dalšími uživateli. Uživatelé mohou navzájem sdílet své fotografie, videa, psát si zprávy, hrát hry a další activity. Mezi nejznámější sociální sítě patří Facebook, Twitter, Instagram a MySpace. Sociálních sítí dnes hojně využívají také podnikatelé a firmy, jež v nich správně spatřují obrovský marketingový potenciál.

### **3.7.4 Hraní her**

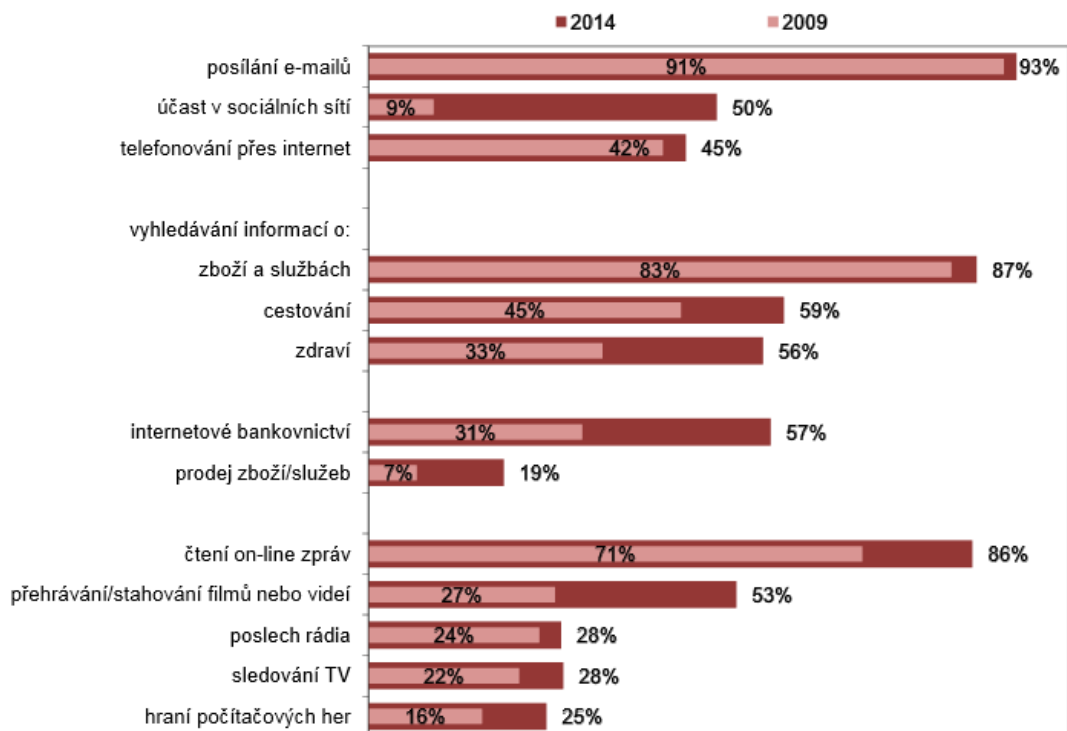
Další zábavní činností na internetu je hraní her. Na trhu je nepřeberné množství her, které lze hrát, pro děti, pro ženy, pro muže, hry pro jednoho i více hráčů. Hry mohou být sportovní, akční, vzdělávací, logické atd.

### **3.7.5 Další aktivity**

Internet nabízí další aktivity, lze uvést nakupování a internetové bankovníctví, kterým je věnována zvláštní kapitola, dále například blogování, sledování a také stahování videí, filmů, poslech hudby, čtení online zpravodajství a mnoho dalšího.



**Graf 9: Aktivity vykonávané jednotlivci na internetu.**

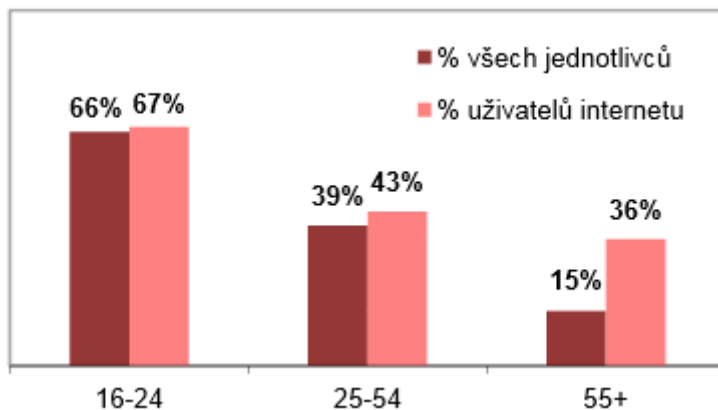


**Zdroj: ČSÚ**

Aktivitou, kterou obyvatelé ČR využívají díky internetu nejčastěji, je komunikace. Zatímco před několika lety uživatelé komunikovali přes e-mail, chat a telefonovali přes internet. Dle ČSÚ využívá internet k posílání a přijímání e-mailů 92,5% jednotlivců, tato čísla se ve srovnání mezi lety 2009 a 2014 moc neliší.

Přílišný nárůst není vidět ani u telefonování přes internet, můžeme předpokládat, že se čísla budou postupně vyrovnávat a je možné, že budou klesat. Pokles lze připsat tomu, že mobilní operátoři zavedli neomezené tarify. Nejvíce telefonuje nejmladší věková kategorie.

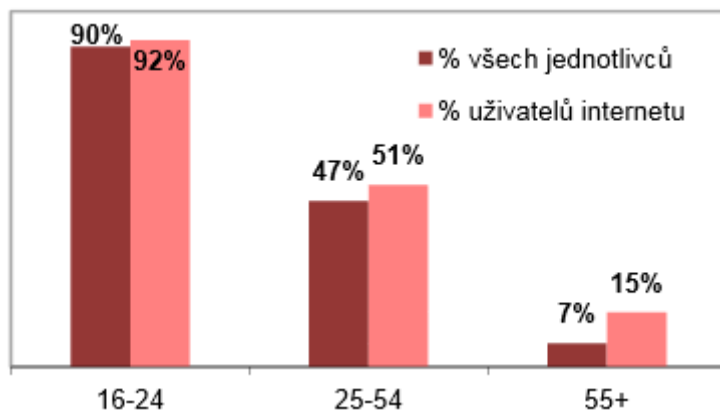
**Graf 10: Telefonování přes internet.**



Zdroj: ČSÚ

Fenoménem dnešní doby jsou sociální sítě, ty používá polovina uživatelů internetu. Ve srovnání s rokem 2009 je v roce 2014 vidět skokový nárůst o 41%.

**Graf 11: Účast v sociálních sítích podle věku.**



Zdroj: ČSÚ

Nikoho asi nepřekvapí, že sociální sítě jsou dominantou mladých a student ve věku od 16 do 24 let. V tomto věku je na sociální síti zaregistrováno 9 osob z 10. Druhá skupina je značně zavádějící, jelikož rozpětí věkové skupiny je dost rozmanité, uživatelů sociálních sítí například od 25 do 35 let je jistě mnohem více.

### 3.8 Nakupování na internetu

Jak se technologie vyvíjí, mění se zvyklosti v nakupování. Stále více uživatelů využívá možnosti nakupování na internetu. Díky připojení k internetu je možné nákup vyřídit téměř odkudkoliv. Potenciálu internetu jako marketingového nástroje využívají internetové obchody, které nazýváme e-shopy.

Zákazník se v e-shopu zaregistruje (některé firmy umožňují jednorázové nákupy bez registrace), poté si z nabídky vybere zboží a vloží jej do imaginárního nákupního košíku. Po dokončení nákupu dojde k objednávce, kterou je třeba zaplatit. E-shopy nabízejí různé druhy plateb a dopravy. Je možno zaplatit například předem bankovním převodem nebo osobně až po převzetí zboží dobírkou.

V České republice funguje velké množství obchodů a konkurence mezi nimi je značná. Silně konkurenční prostředí nutí firmy, které chtějí mezi konkurenty uspět, aby vynakládaly nemalé finanční prostředky na správu internetových stránek, reklamu a zlepšování dalších služeb spojených s nakupováním.

Každým okamžikem přibývají noví zákazníci internetových obchodů, kteří zjistili klady takového nakupování nebo ti, kteří překonali nedůvěru, kterou k e-shopům původně měli. Je čím dál více zákazníků, kteří už nenakupují pouze svátečně, například před Vánoci, kdy lidé e-shopů využívají nejvíce, nebo v povánočních slevách, ale nakupují i průběžně během roku.

Významnost internetu je pro firmy především v oblasti marketingu, možnostech shromažďování informací o trzích, zákaznících i konkurentech.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> KOTLER, P. Marketing management. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-2.

### **3.8.1 Výhody nakupování na internetu**

- Úspora času
- Možnost objednání kdykoliv – neexistence otevírací doby
- Nákup z pohodlí domova
- Zboží z celého světa
- Často nižší ceny než v kamenných obchodech
- Možnost porovnání cen v různých e-shopech
- Recenze od jiných zákazníků
- Neimpulzivnost – zákazník si v klidu rozmyslí, co chce/potřebuje
- Dodání domů

### **3.8.2 Nevýhody nakupování na internetu**

- Shromažďování osobních údajů prodejcem
- Strach z bezpečnosti – např. u internetového bankovníctví
- Post-nákupní fáze – například při vracení zboží nebo uplatňování reklamace (zboží se musí zabalit, poslat, ...)
- Chybí osobní kontakt prodejce-zákazník
- Zboží může být na obrázku od prodejce zkresleno, nelze si ho osobně prohlédnout, osahat
- Čekání, než zboží dorazí k zákazníkovi

### **3.8.3 Nakupování online v České republice**

Nejprve je nutné představit Asociaci pro elektronickou komerci, jejíž výkonným ředitelem je Jan Vetyška:<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> O Asociaci pro elektronickou komerci – APEK se představuje [online]. [cit. 20. února 2015]. Dostupné z <<http://www.apek.cz/>>

*Asociace pro elektronickou komerci (APEK) je sdružením firem a podnikatelů oboru elektronického obchodu, v současnosti má Asociace 339 členů. Cílem Asociace je soustavně podporovat rozvoj elektronického obchodování v České republice. Mezi členy patří největší české internetové obchody, přední softwarové společnosti a finanční instituce.”*

**Obrázek 1: Asociace pro elektronickou komerci.**

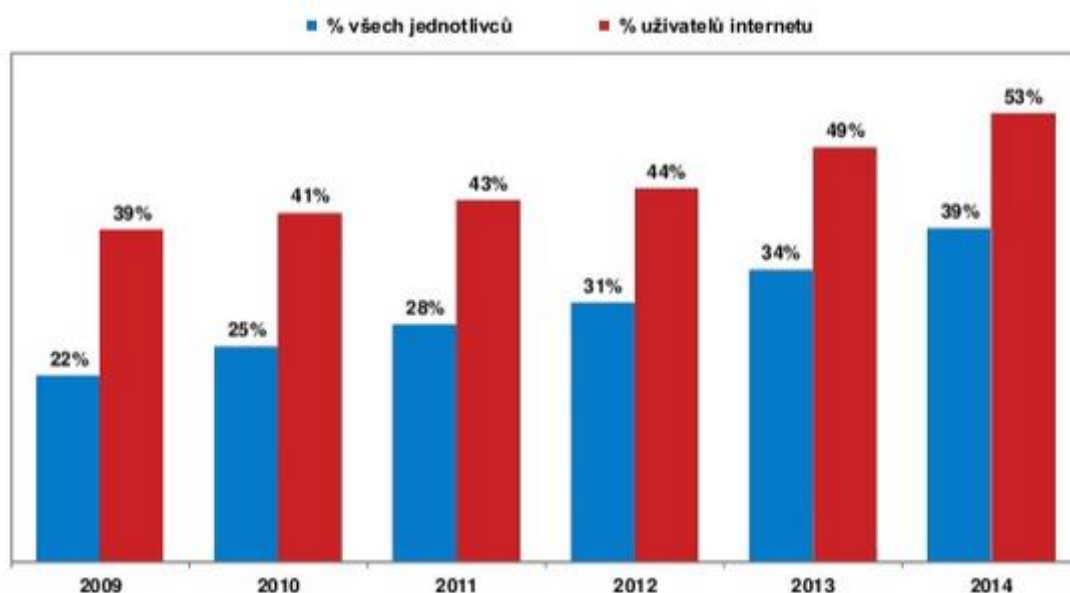


Zdroj: [www.apek.cz](http://www.apek.cz)

Podle údajů zveřejněných APEK zákazníci loni (tedy v roce 2014) na internetu utratili 68 miliard korun.

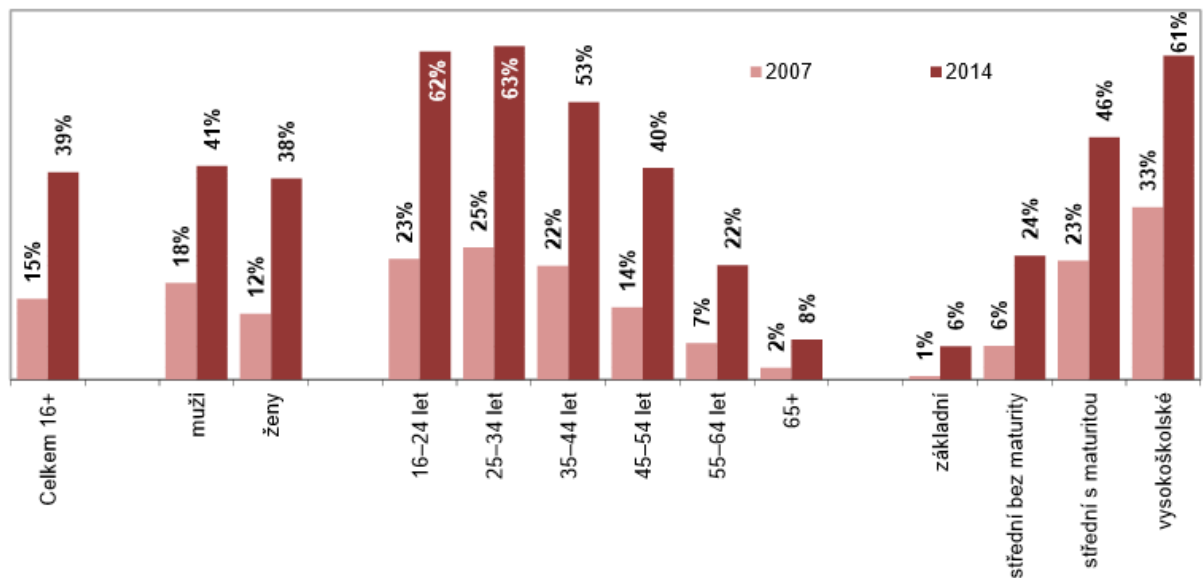
Z grafu lze vyčíst stoupající počet jednotlivců nakupujících na internetu, který se s každým rokem zvyšuje. Za pět let se obliba online nákupů u uživatelů internetu zvýšila o 14%.

**Graf 12: Jednotlivci nakupující přes internet.**



Zdroj: ČSÚ, 2014

**Graf 13: Jednotlivci nakupující přes internet podle kategorií.**



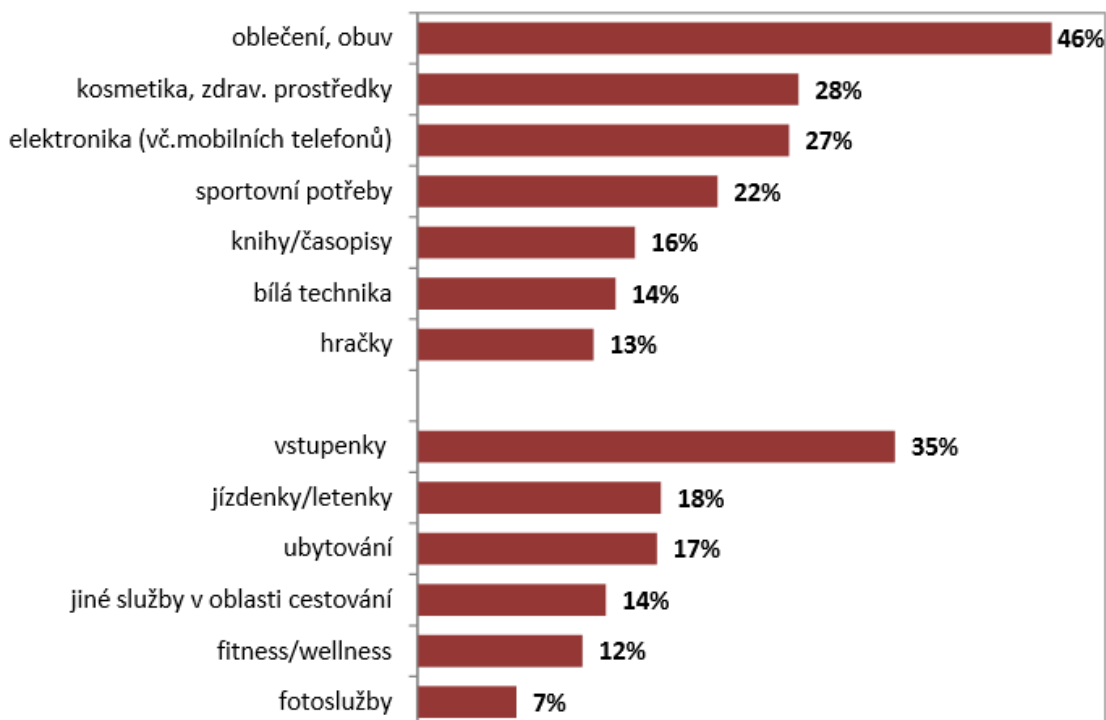
**Zdroj: ČSÚ**

Z grafu můžeme vyčíst, že ve všech kategoriích ve srovnání mezi lety 2007 a 2014 došlo k nárůstu. Jednotlivců nakupujících na internetu, je ve srovnání sedmi let, o 24% více. V porovnání pohlaví nejsou vidět významné rozdíly, o pouhých 3% nakupují na internetu více muži než ženy.

Nejvíce zastoupenou věkovou kategorií jsou zákazníci ve věku 25-34 let, o pouhé procento méně je jednotlivců ve věku 16-24 let. Za těmito dvěma skupinami mírně pokulhává kategorie ve věku od 35 do 44 let a poté se s věkem čísla postupně snižují, v poslední kategorii ve věku 65 a více let už na internetu nakupuje pouhých 8% jednotlivců.

Z pohledu vzdělání jsou nejvíce zastoupenou skupinou vysokoškoláci a hned poté jednotlivci se středním vzděláním s maturitou.

**Graf 14: Zboží nakoupené přes internet.**



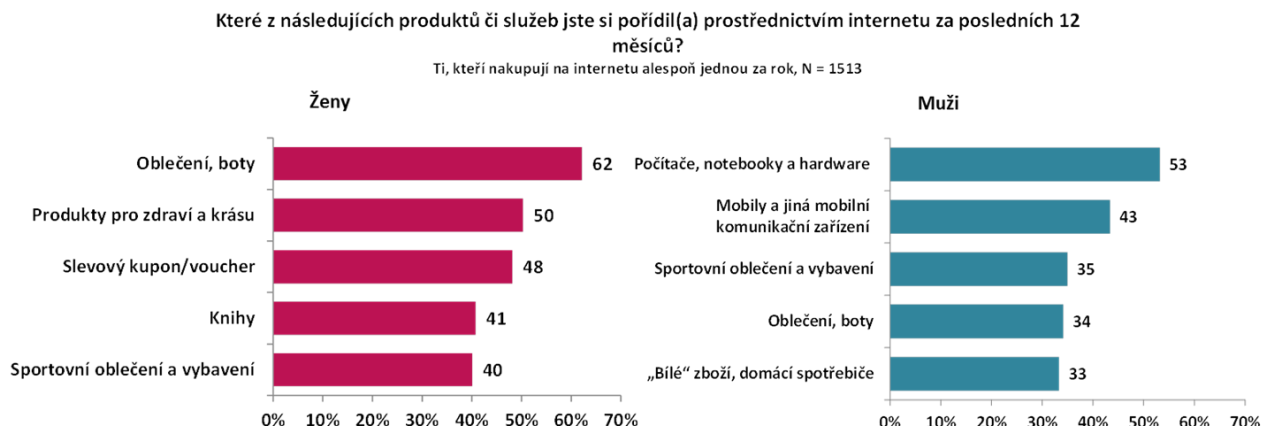
**Zdroj: ČSÚ, 2014**

Je rozdíl, zda zboží nakupují muži nebo ženy? Ano je, alespoň podle výsledků šetření APEK ve spolupráci s Mediaresearch. Ženy internet nejčastěji využívají k nákupu oblečení a bot. V uplynulém roce si oděvy či obuv zakoupilo 62% žen. Muži preferují online nákup počítačů či hardware.

Když výsledky srovnáme napříč pohlavím, oblečení a boty si naopak koupila přibližně třetina mužů a stejně tak si přibližně třetina žen koupila počítač nebo notebook, případně hardware.<sup>17</sup> Obchodníci samozřejmě cílí svou reklamu podle preferencí pohlaví. Ženám nabízí oděvy, obuv a módní doplňky, dále také přípravky podporující zdraví a krásu. Muže naopak lákají na informační a komunikační technologie a elektroniku.

<sup>17</sup> MORÁVEK, D. Znáte zákazníky svého e-shopu? Víme, co kdo nakupuje na internetu nejčastěji [online]. Podnikatel, 7. 11. 2014 [cit. 24. ledna 2015]. Dostupné z < <http://www.podnikatel.cz/clanky/znate-zakazniky-sveho-e-shopu-vime-co-kdo-nakupuje-na-internetu-nejcastěji/>>

**Graf 15: Které produkty nakupují ženy a které muži?**



**Zdroj: APEK, 2014**

Další rozdíly můžeme hledat v kategorii vzdělání. Jedinci s vysokoškolským vzděláním nakupují na internetu nejvíce oblečení, ale také slevové vouchery a kosmetické výrobky. Zákazníci, kteří nemají středoškolské vzdělání s maturitou, preferují počítače, oblečení a mobily.

Co se týče věkového rozdílu, v kategorii ve věku od 25 do 34 let, což jsou zákazníci, kteří na internetu nakupují nejvíce, jak je uvedeno výše, nakupují online hlavně oblečení, následuje kosmetika, dále slevové kupóny a vybavení na sportovní vyžití. Oproti tomu starší zákazníci kupují zboží s vyšší cenou, nejčastěji prodávané jsou počítače, poté bílé zboží a dále mobilní telefony.

Podle statistik serveru Heureka.cz je u Čechů nejoblíbenější nákup na internetu a poté osobní vyzvednutí na pobočce. Tento fenomén prý využívají až dvě třetiny zákazníků internetových obchodů. Vlastní kamennou prodejnu disponuje více než 6600 e-shopů, které se tak snaží vyhovět zákazníkům, jež si své objednané zboží chtějí vyzvednout sami.



## **3.9 Trendy v nakupování na internetu**

### **3.9.1 Uloženko, Zásilkovna**

Poměrně novou možností je osobní vyzvednutí ne přímo v kamenné prodejně, ale v takzvaných výdejních, například Uloženko a Zásilkovna.<sup>18</sup>

Jedná se o výdejní místa objednaného zboží, ale nejedná se přímo o konkrétní kamennou prodejnu určitého obchodu. Ve výdejních si zboží mohou vyzvednout zákazníci několika e-shopů. Výše zmíněná Zásilkovna má v České republice a na Slovensku 240 poboček a 657 partnerských e-shopů. Uloženko má poboček ještě o něco více, celkem 283 poboček.

Zákazníky tyto výdejny lákají z důvodu ušetření nákladů na dopravce a také možnost vrácení na této pobočce. Další výhodou spatřují například také v pomoci při vyřizování reklamace.

Další novinkou u nás jsou samoobslužná výdejní místa, která ale nedosahují takové úspěšnosti. U nás samoobslužná výdejní místa provozují firmy Kouzelná Almara a InPost a také Česká pošta. Tyto automaty jsou umístěny před poštami nebo na hodně frekventovaných místech. Zboží si zákazník vyzvedne zadáním PIN kódu, který mu přijde SMS zprávou. Lednová studie APEK uvedla, že těchto automatů využilo pouze 6% dotázaných zákazníků.

### **3.9.2 Hromadné nakupování**

Hromadné nakupování je trend posledních 5 let. V roce 2010 na trh vstoupila nová forma nakupování na internetu. Mezi českými uživateli internet se trend rychle rozmohl a těší se velké oblibě dodnes. Slevové portály, což je známější název hromadného nakupování, nabízejí denně zboží a služby s atraktivní slevou.

---

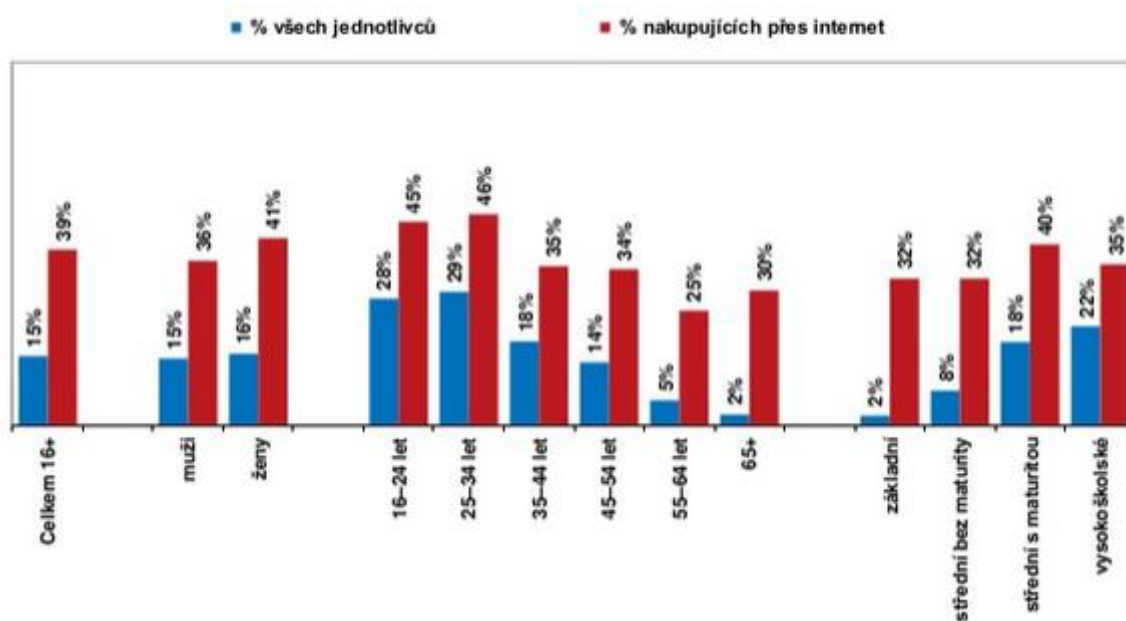
<sup>18</sup> VYHNANOVSKÝ, O. Češi fandí e-shopům, ale zboží si nejraději vyzvedávají osobně [online]. Lidové noviny, 7. 10. 2014 [cit. 20. února 2015]. Dostupné z <[http://byznys.lidovky.cz/e-shopy-se-stavi-na-kamenne-nohy-dnd-/firmy-trhy.aspx?c=A141007\\_111814\\_firmy-trhy\\_pave](http://byznys.lidovky.cz/e-shopy-se-stavi-na-kamenne-nohy-dnd-/firmy-trhy.aspx?c=A141007_111814_firmy-trhy_pave)>

Slevové portály umožňují prodejci za provizi z prodeje nabízet své zboží nebo služby koncovým spotřebitelům, zastupují roli prostředníka. Úspora finančních prostředků je pro zákazníky velkým lákadlem, vždy je uvedena i cena před slevou, což je účinný a osvědčený marketingový tah, zákazníci rádi vidí, kolik mohou ušetřit.

Slevové portály fungují na principu, že si zboží či službu se slevou zakoupí určité množství zákazníků za určitou dobu, u každé slevy běží časový limit. Časové limity se u jednotlivých produktů mohou různit.

Zakoupením zboží nebo služby obdrží zákazník voucher. Voucher je kupón nebo poukázka, na základě něhož zákazník svou slevu uplatní. Na voucheru je uvedeno, jak dlouho sleva platí, případně další podmínky akce. Dále bývá uveden kontakt na poskytovatele slevy, jeho adresa nebo adresa místa, kde je možné slevu využít.

**Graf 16: Nákupy na slevových portálech.**



Zdroj: ČSÚ, 2014

Nejčastěji nabízené zboží a služby na slevových portálech:

- Gastronomické služby
- Kosmetické služby, modeláž nehtů, manikúra, pedikúra

- Masáže
- Rekreační pobyty, dovolené, lázně
- Zážitky (např. Jízda v závodním autě, let balonem apod.)
- Vstupenky na kulturní akce
- Oděvy, obuv, módní doplňky
- Kosmetické a hygienické potřeby
- Sportovní potřeby a vybavení
- Domácí potřeby a mnoho dalšího...

Prvním slevovým portálem u nás byl Slevomat, který byl spuštěn 12. dubna 2010 a velmi rychle ho následovaly další portály, které začaly napodobovat původní úspěšný nápad, který v listopadu 2010 získal Křišťálovou lupu za projekt roku.

Slevomat.cz je první a největší firmou, která na českém trhu představila koncept hromadného nakupování. Svým zákazníkům každodenně představuje výjimečné cenové nabídky na předjednané služby a produkty. Za dobu svého fungování zákazníkům ušetřil již přes čtyři miliardy korun a rozšířil svou uživatelskou základnu na více než jeden milion lidí. Slevomat nabízí své služby v celé České republice a také na Slovensku, v Maďarsku, Bulharsku, Estonsku, Lotyšsku a Litvě.<sup>19</sup>

Dnes na trhu funguje několik podobných slevových portálů. Namátkou lze zmínit zlateslevy.cz, topsleva.cz, zapakatel.cz, slevin.cz a mnoho dalších. Podle serveru podnikatel.cz funguje slevových portálů kolem 40. Lze předpokládat, že další slevové portály budou vznikat i když asi ne takové množství jako ještě před několika lety.

### 3.9.3 Nákup potravin online

Nakupování potravin na internetu má budoucnost. Češi loni na internetu utratili za potraviny tři miliardy korun.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> O nás [online]. Slevomat, 2010 [cit. 28. ledna 2015]. Dostupné z <<https://www.slevomat.cz/o-nas>>

<sup>20</sup> On-line potraviny mají budoucnost', nabízet je chce více řetězců [online]. ČTK, 23. 1. 2015 [cit. 23. ledna 2015]. Dostupné z <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/299142-on-line-potraviny-maji-budoucnost-nabizet-je-chce-vice-retezcu/>>

Tato částka je jen malá část z toho, kolik lidí utratí za potraviny osobně v kamenných potravin. Lze ale předpokládat, že se částka bude postupně zvyšovat a obliba tohoto nakupování potravin poroste.

S touto službou u nás začínalo Tesco, jeho e-shop měl v lednu letošního roku registrovaných 165 tisíc zákazníků. Další na trhu je e-shop rohlik.cz, nově vstoupit na trh plánuje také Globus a v budoucnosti také Billa nebo Kaufland. Billa a Kaufland zatím provádějí průzkumy trhu, jestli by o jejich online prodej potravin byl zájem.

Podle průzkumu Incoma GfK nakupuje potraviny přes internet kolem 10% českých internetových uživatelů, průzkum nezahrnoval alkoholické a nealkoholické nápoje. Dále uvádí, že zákazníci nakoupí v průměru desetkrát ročně a co se týče útraty, utratí v průměru přibližně 500 Kč. Mezi nejčastěji objednávané potraviny patří:<sup>21</sup>

- Trvanlivé a konzervované potraviny
- Káva a čaj
- Sladkosti
- Speciální potraviny – např. Zdravá výživa

Není jednoduché zprovoznit e-shop prodávající potraviny. Základem je logistika, jejíž provoz stojí nemalé peníze, tyto vysoké vstupní náklady mohou podle APEK brzdit další rozvoj. Výhodu mají prodejny, které už vlastní svou síť poboček. Například Tesco v roce 2012 nejdříve zásobovalo domácnosti v okolí Prahy.

Dá se předpokládat, že byznys s nákupem potravin přes internet poroste minimálně tak rychle jako samotný internetový trh. Vzhledem k dnešní uspěchané době, kdy lidé nemají čas, vrací se pozdě z práce a nemají čas běhat po obchodech, může být růst oblíbenosti mnohem vyšší.

---

<sup>21</sup> On-line potraviny mají budoucnost, nabízet je chce více řetězců [online]. ČTK, 23. 1. 2015 [cit. 23. ledna 2015]. Dostupné z <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/299142-on-line-potraviny-maji-budoucnost-nabizet-je-chce-vice-retezcu/>>

Zatím se online prodej potravin uplatňuje hlavně v Praze a okolí, postupně se ale rozšiřuje do dalších větších měst. Mezi další města, kam rozváží například Tesco patří: Brno, Mladá Boleslav, Kladno, Kolín, Hradec Králové, Liberec, Jablonec nad Nisou. Pokud prodejce dokáže nabídnout rychlou dodávku za rozumnou cenu, nic nebrání další expanzi. V současnosti se ceny za dopravu pohybují v průměru od 49 do 99 Kč.

Výhody nákupu potravin přes internet

- Úspora času
- Objednání pouze konkrétních výrobků, které zákazník potřebuje – nehrozí přihazování dalších produktů do košíku
- Úspora financí na cestu do obchodu
- Donáška až ke dveřím – šetření sil s těžkými nákupy (například u důchodců)

Nevýhody nákupu potravin přes internet

- Zboží zákazník nevidí osobně, nemůže si podle svého vybrat a osahat například ovoce, zeleninu
- Chybí asociace nákupu dalších výrobků, na které si zákazník vzpomene až mezi regály

### **3.10 Internetové bankovníctví**

Internetové bankovníctví nebo také Internetbanking je možnost využití internetu, díky níž má klient banky informace o svém účtu, aniž by musel přímo do banky. Na webových stránkách své banky se klient přihlásí za pomoci uživatelského jména a hesla v části internetové bankovníctví a hned může provádět bankovní operace ze svého počítače, například z pohodlí domova. Na internetu je možné nastavit jednorázové i trvalé platební

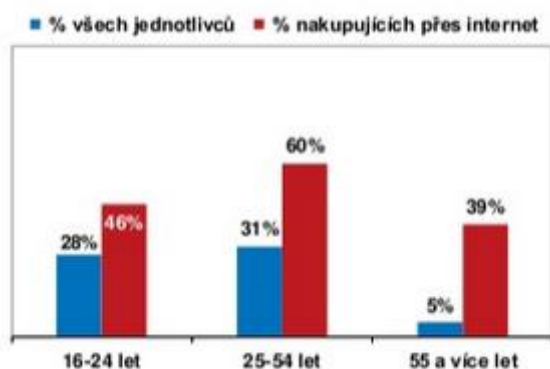
příkazy, zkontrolovat si již proběhlé transakce či kontrolovat celkový bankovní výpis. Bankovní výpis v internetovém bankovníctví nahradil měsíční výpis zasílaný poštou, to ovšem nevylučuje, že klient si ho může nechat zasílat nadále.

U některých bank se lze přihlásit přímo z webové stránky pouze za pomoci hesla, u některých musí klient mít zvláštní certifikát, který má nahraný v počítači a přihlašuje se pomocí něho. Certifikát je možné mít na USB disku a přenést ho do jiného počítače.

Internetové bankovníctví souvisí s nakupováním na internetu. Stále více lidí využívá platby předem převodem na účet firmy za objednané zboží. Má to svou výhodu, zákazník za zboží zaplatí ihned a už se nemusí starat, aby měl při převzetí zboží u sebe hotovost, jelikož někteří dopravci stále ještě neumožňují platbu kartou při osobním převzetí zboží.

Podle šetření Českého statistického úřadu internetové bankovníctví ve 2. čtvrtletí roku 2014 používalo 3,7 milionu klientů, to je téměř 43% dospělé populace a více než 57% internetových uživatelů. Internetové bankovníctví nejčastěji využívá věková kategorie 25-54 let. Kategorie uživatelů starších 65 let zaostává o pouhých 5% za skupinou uživatelů ve věku 16-24 let.<sup>22</sup>

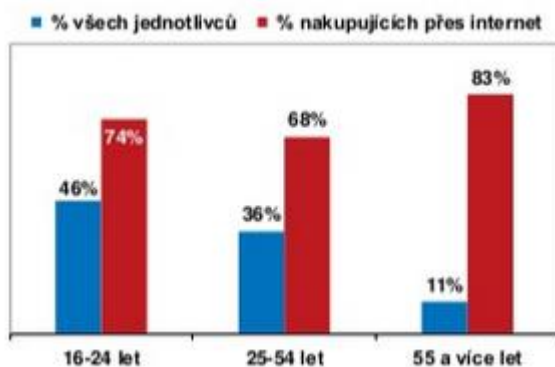
**Graf 17: Platby přes internet.**



Zdroj: ČSÚ, 2014

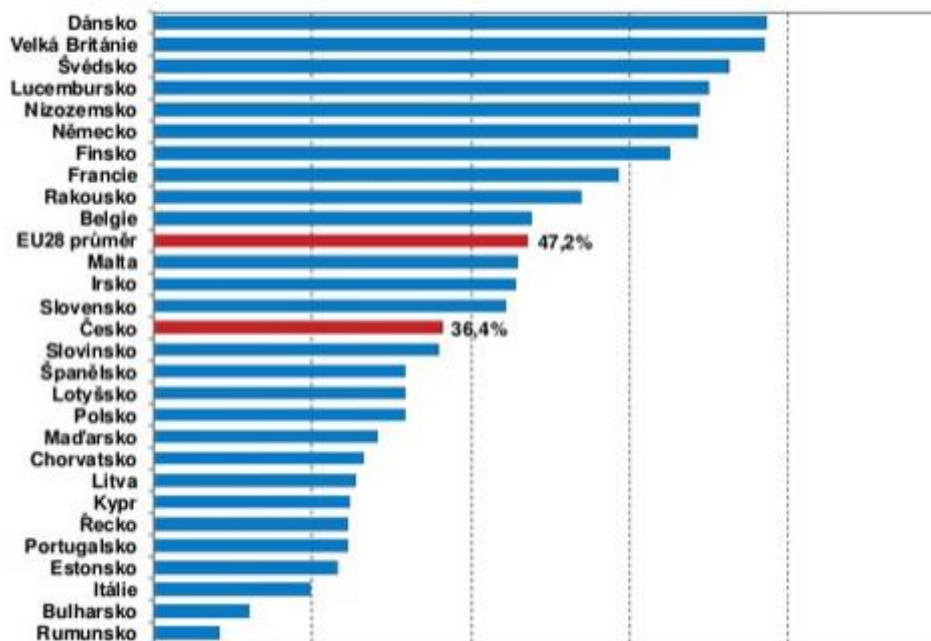
<sup>22</sup> Informační a komunikační technologie v českých domácnostech [online]. ČSÚ, 2014 [cit. 11. ledna 2015]. Dostupné z < [http://www.jihlava.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9D0030180E/\\$File/06200414a.pdf](http://www.jihlava.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9D0030180E/$File/06200414a.pdf)>

Graf 18: Platby hotově.



Zdroj: ČSÚ, 2014

Graf 19: Platby přes internet v EU.



Zdroj: ČSÚ, 2014

## 4 PŘEDPOVĚĚ BUDOUCÍHO VÝVOJE

Cílem této kapitoly je předpovědět budoucí vývoj využívání počítačů a internetu v domácnostech a mezi jednotlivými uživateli. Predikce využívá dat Českého statistického úřadu za roky 2007 až 2014, která již byla použita v předchozích kapitolách. Využití dat z minulých let nám ukáže vývoj v roce příštím.

Predikce si klade za cíl předpovědět hodnotu pro rok 2015, tyto hodnoty zatím nejsou známy. K dosažení cíle bylo použito statistické funkce Lintrend v Excelu, jedná se o funkci lineární. Minimální počet pro přesné předpovězení budoucího stavu je šest minulých hodnot, v tomto případě je využito osmi hodnot z minulosti. Pro lepší znázornění jsou data z tabulek převedena do grafů. Vypočítaná procenta predikce jsou zaokrouhlena.

Predikce by měla potvrdit v této práci již dříve zmiňovaný trend, že uživatelů počítačů I internetu v domácnostech I mezi jednotlivci bude přibývat.

### 4.1 Domácnosti s počítačem

Lze předpokládat, že domácností, které vlastní počítač, bude v roce 2015 téměř dvojnásobek než v roce 2007. Zatímco v roce 2007 mělo počítač pouze 40%, v roce 2014 to bylo 72% a dle predikce bude domácností disponujících počítačem v roce 2015 79%, tedy více než tři čtvrtiny.

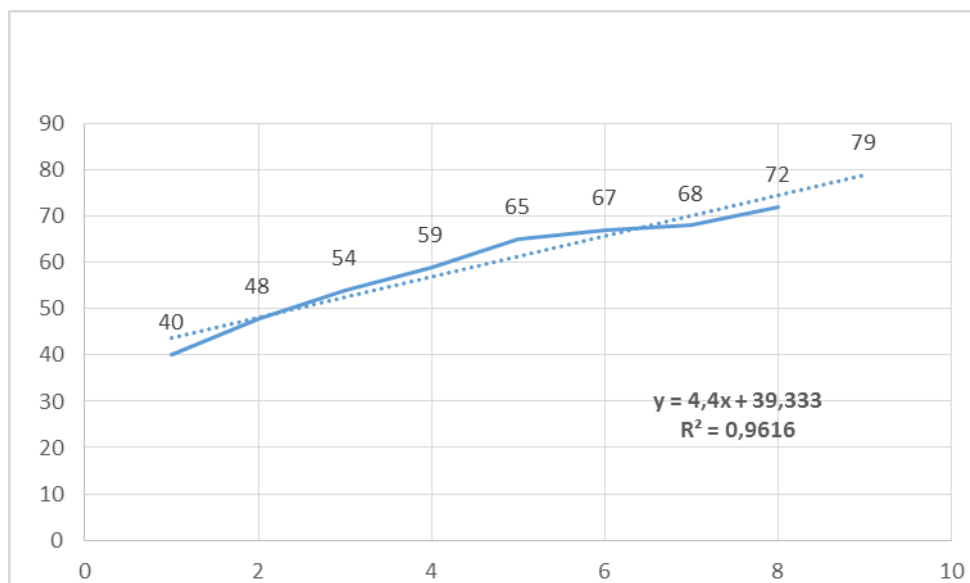
**Tabulka 1: Predikce domácností s počítačem.**

rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	<b>2015</b>
počet (v %)	40	48	54	59	65	67	68	72	<b>79</b>

**Zdroj: Vlastní zpracování**



**Graf 20: Predikce domácností s počítačem.**



**Zdroj: vlastní zpracování**

## 4.2 Domácnosti s připojením k internetu

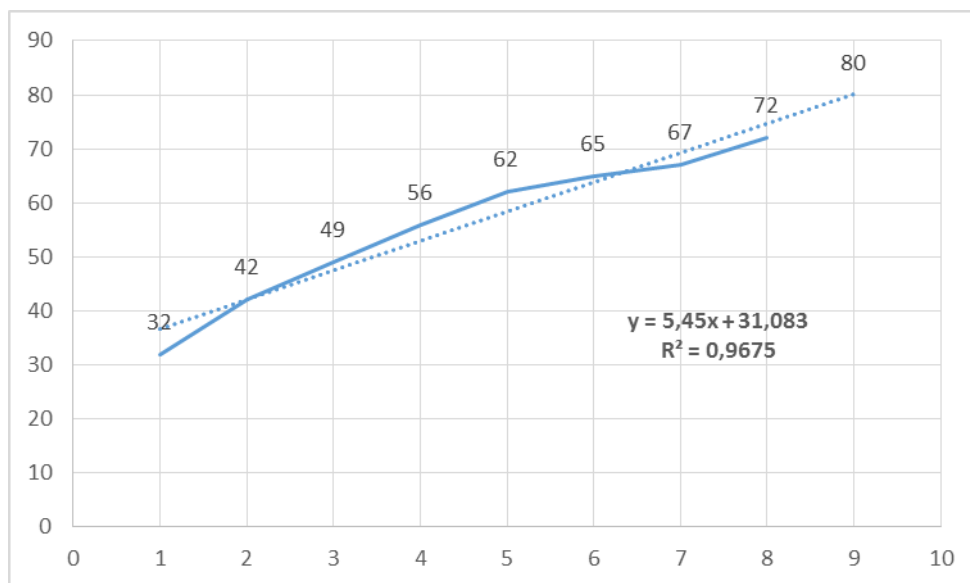
V případě domácností a jejich připojení k internetu mezi lety 2007 až 2014 vidíme, že se jejich počet zvýšil o 40%, z 32% na 72%. Predikce pro rok 2015 ukazuje, že v tomto roce by mohlo být připojeno až 80% domácností.

**Tabulka 2: Predikce domácností s internetem.**

rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	<b>2015</b>
počet (v %)	32	42	49	56	62	65	67	72	<b>80</b>

**Zdroj: vlastní zpracování**

**Graf 21: Predikce domácností s internetem.**



Zdroj: vlastní zpracování

### 4.3 Jednotlivci starší 16 let používající počítač

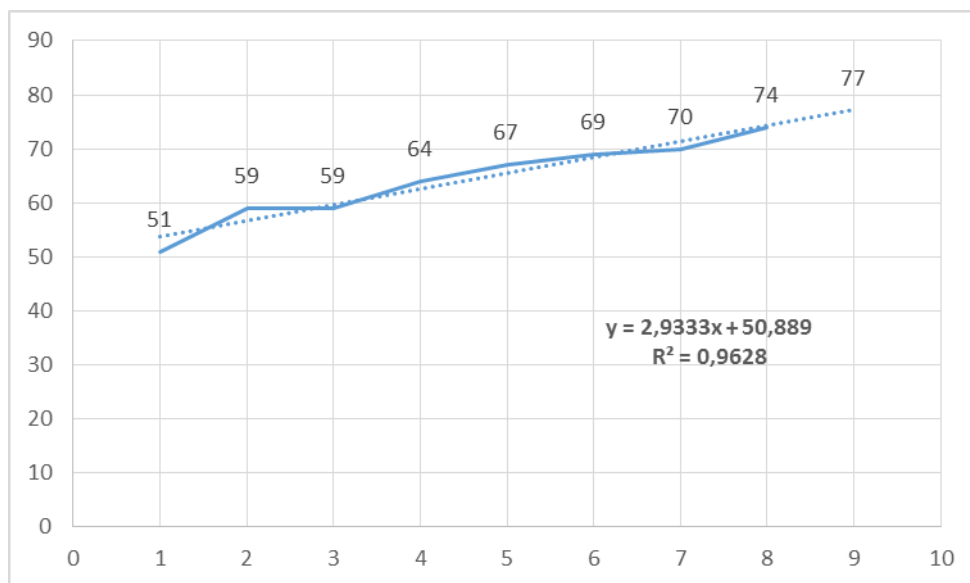
Od roku 2007 se z 51% jednotlivců používajících počítač počet do roku 2014 zvýšil o 23%, tedy na 74%. Předpověď na rok 2015 uvádí, že v tomto roce by mohlo být jedinců používajících počítač až 77%. Počet se neustále zvedá a v dalších letech tomu nebude jinak.

**Tabulka 3: Predikce jednotlivců starších 16 let používajících počítač.**

rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
počet (v %)	51	59	59	64	67	69	70	74	77

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 22: Predikce jednotlivců starších 16 let používajících počítač.**



Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.4 Jednotlivci starší 16 let používající internet

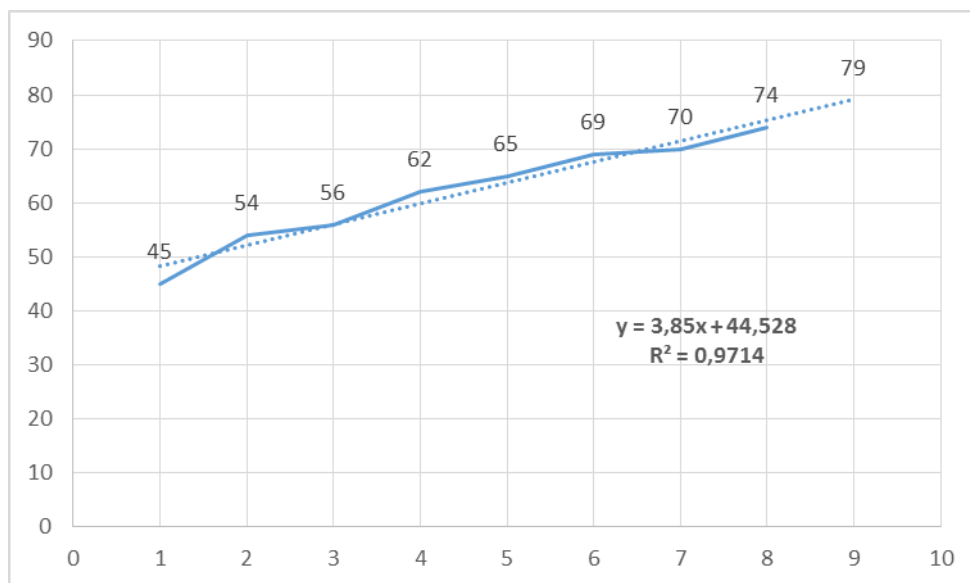
Počet jednotlivců používajících internet se za poslední léta zvedl z roku 2007, kdy internet používalo 45%, do roku 2014 o 29% na celkových 74%. Předpověď na rok 2015 činí 79%. Díky dnešní internetové době je dnes připojení téměř samozřejmostí, a proto se připojení k internetu každým rokem zvyšuje, tento trend bude nadále pokračovat.

**Tabulka 4: Predikce jednotlivců starších 16 let používajících internet.**

rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
počet (v %)	45	54	56	62	65	69	70	74	79

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 23: Predikce jednotlivců starších 16 let používajících internet.**



**Zdroj: vlastní zpracování**

## 5 PRAKTICKÁ ČÁST

V praktické části se uskutečňuje vlastní výzkum. Výzkum bude prováděn za pomoci kvantitativní metody, a to dotazníkového šetření. Kvantitativní metoda byla zvolena z toho důvodu, aby byl zajištěn dostatečný počet respondentů a tím spolehlivost odpovědí díky reprezentativnímu vzorku. Nevýhodou ovšem může být skutečnost, že nelze spatřit spontánní reakci respondenta na položenou otázku nebo respondent otázku nemusí správně pochopit a není možnost mu ji objasnit a poradit. Cílovou skupinou jsou uživatelé internetu.

### 5.1 Dotazník

Tato kapitola popisuje samotný dotazník použitý ke sběru dat v praktické části. Je zde popsána metodika, výběr otázek pro kvantitativní výzkum. Dále je uvedeno, jak byly dotazníky distribuovány a odkud pocházejí respondenti. Dotazníkové šetření bude východiskem pro posuzování hypotéz.

Při sestavování dotazníku je nutné dbát na to, aby se pokládané otázky přímo týkaly výzkumu, jen tak lze zajistit relevantní data.

Dotazníkové šetření probíhalo v termínu od 3. ledna 2015 do 16. ledna 2015, tedy celkem 14 dní. Celý dotazník se nachází v příloze práce.

Aby nebylo možné na dotazník odpovídat vícekrát jednou osobou, bylo využito nastavení unikátností IP adresy, ze které lze dotazník vyplnit pouze jednou.

Dotazník s názvem Využití internetu v domácnostech byl distribuován elektronickou formou a to na portálu vyplnto.cz. Elektronická forma dotazníku byla zvolena kvůli snadné distribuci, dalším důvodem bylo, že je šetření zaměřeno na uživatele internetu. Portál vyplnto.cz pomáhá uskutečňovat velké množství průzkumů na rozmanitá témata. Výhodou je, že zajistí dostatečné množství respondentů, které by jedinec osobně pravděpodobně nebyl schopen získat. Další výhodou je částečné zpracování surových dat, které je možno si stáhnout a dále s nimi samostatně pracovat.

Dotazník obsahoval celkem 21 otázek, z nichž některé byly otázky týkající se údajů o respondentovi, tedy otázky identifikační. Zde byli respondenti rozřazováni do kategorií podle pohlaví, věku, velikosti obce, ve které žijí a podle jejich ekonomické aktivity, případně neaktivity. Na otázky bylo možné odpovídat jednou i více možnostmi, podle konkrétní otázky. Otázky byly uzavřené, pouze jedna otázka byla otevřená s možností vepsání vlastního textu. Uzavřené otázky byly voleny z toho důvodu, že respondenty by mohlo odradit, pokud by museli odpovědi vpisovat sami. Všeobecně jsou mezi dotazovanými oblíbené spíše otázky uzavřené s možností výběru.

Před spuštěním dotazníku byla provedena pilotáž, aby se zjistilo, zda jsou otázky srozumitelné, neobsahují chyby, zda funguje segmentace otázek a nevyskutují se například sugestivní otázky. Nedostatky nebyly zjištěny a tudíž bylo možné přejít na samotné spuštění dotazníku.

### **5.1.1 Respondenti**

Respondentů bylo celkem 107, Respondenti dotazník navštívili ze stránek:

- Nezjištěno 58,1%
- Google.cz 12,8%
- VypInto.cz 4,7%
- Facebook.com 4,7%

### **5.2 Výsledky dotazníku**

Tato kapitola podrobně rozebírá výsledky jednotlivých otázek z dotazníku a vyhodnocuje odpovědi. Pro lepší představu jsou výsledky znázorňovány v tabulkách a grafech.

Pro správné pochopení výsledků dotazníku je ještě nutné objasnit si pojmy globálně a lokálně, jež jsou uvedeny v tabulkách. Globální procenta jsou vypočítávána z celkového

počtu respondentů, kdežto lokální četnost bere v potaz pouze ty respondenty, kteří na danou otázku odpověděli.

Většina otázek byla označena za nepovinné, respondent tedy mohl některou otázku přeskočit a nezodpovědět ji. Proto se mohou čísla pod pojmy globálně a lokálně někdy lišit.

#### Otázka č. 1: Používáte internet?

Na tuto otázku odpovědělo kladně 99,07% jednotlivců, pouze jeden uvedl zápornou odpověď. Tento výsledek se dal předpokládat, jelikož dotazník byl zveřejněn na internetu. Těžko bude dotazník na internetu vyplňovat někdo, kdo této technologie nevyužívá. V dnešní informační společnosti využívání internetu určitě převažuje.

Jedinec, který odpověděl, že internet nepoužívá, byl na internetu pravděpodobně náhodou nebo byl někým blízkým požádán o vyplnění z důvodu zveřejnění i negativní odpovědi. Tato otázka byla jako jedna z mála povinná.

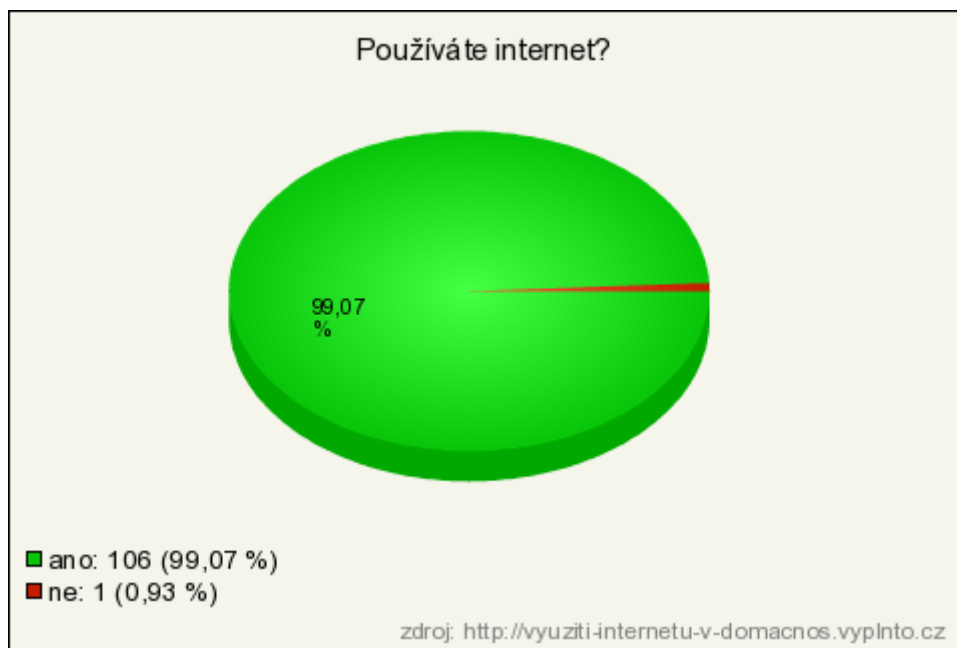
V případě kladné odpovědi byl respondent převeden na druhou otázku, v případě negativní odpovědi byl respondent převeden až na otázku č. 19 téměř na konci dotazníku, která se týká věku dotazovaného.

**Tabulka 5: Používáte internet?**

<b>Odpověď</b>	<b>počet</b>	<b>lokálně</b>	<b>Globálně</b>
ANO	106	99,07%	99,07%
NE	1	0,93%	0,93%

**Zdroj: vlastní zpracování**

**Graf 24: Používáte internet?**



Otázka č. 2: Kde nejčastěji využíváte internet?

Druhá otázka se týkala místa, kde respondenti užívají internet nejčastěji. Nejvíce uváděnou odpovědí byla možnost doma. Tuto možnost zvolilo 68 jednotlivců, tedy lokálně 64,15%. Druhou nejčastější možností byla odpověď v práci, tu zvolilo 19 respondentů. 14 uživatelů vybralo, že jsou připojeni neustále na mobilním telefonu. Zbylé dvě možnosti získaly minimum hlasů. Možnost ve škole zvolili 3 respondenti, jako nejčastější možnosti připojení zvolili veřejné sítě WiFi pouze dva lidi.

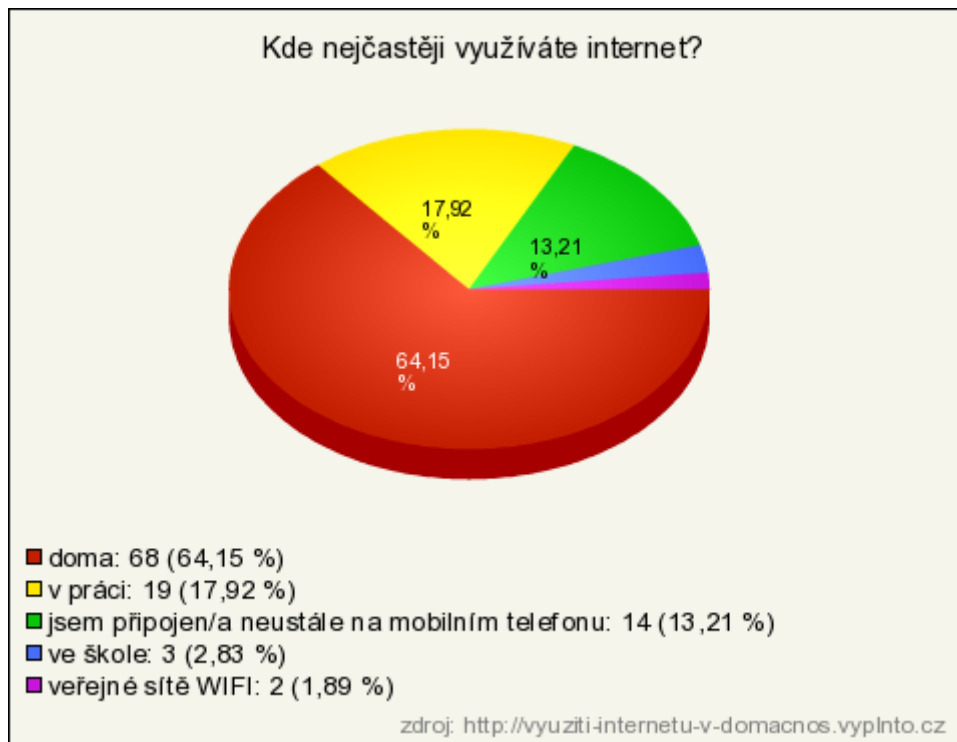
**Tabulka 6: Kde nejčastěji využíváte internet?**

odpověď	počet	lokálně	globálně
Doma	68	64,15%	63,55%
V práci	19	17,92%	17,76%
Jsem připojen neustále na mobilním internetu	14	13,21%	13,08%
Ve škole	3	2,83%	2,8%
Veřejné sítě WiFi	2	1,89%	1,87%

Zdroj: vlastní zpracování



**Graf 25: Kde nejčastěji využíváte internet?**



Otázka č. 3: Využíváte internet ve své domácnosti?

Třetí otázka byla zaměřena na využití internetu přímo v domácnostech jednotlivců. Pokud zněla odpověď ano, respondent odpovídal na další otázku, pokud odpověděl ne, následovala až otázka č. 19 týkající se věku. Tato otázka dopadla podobně jako otázka první, 104 respondentů odpovědělo, že internet ve své domácnosti používá, pouze dva uvedli, že nikoliv. Lokálně tedy internet v domácnosti využívá 98,11% respondentů.

**Tabulka 7: Využíváte internet ve své domácnosti?**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Ano	104	98,11%	97,2%
Ne	2	1,89%	1,87%

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 26: Využíváte internet ve své domácnosti?**



Otázka č 4: Které zařízení používáte k připojení na internet?

Tato otázka měla za cíl zjistit, které zařízení uživatelé preferují k připojování na internet. Otázka byla nepovinná a uživatelé si mohli zvolit více možností zařízení, na kterém se připojují na internet.

Nejoblíbenějším přístrojem k připojení je notebook, který si zvolilo 86 jednotlivců. Druhé nejoblíbenější zařízení je mobilní telefon, jež používá k připojení na internet 70 uživatelů. Mobilní telefon za notebookem zaostává pouze o 16 uživatelů. Na další příčce se nachází stolní počítač, který používá 47 jednotlivců. Na posledním místě skončila možnost použití jiné zařízení, kterou si zvolili pouze čtyři uživatelé. Pod touto možností se mohou skrývat například televize, která umožňuje připojení k internetu.

Ve výsledcích je jasně vidět, že notebook v oblíbenosti předčil stolní počítač, jeho hlavní výhodou je mobilita. Také mobilní telefon skýtá výhodu, člověk ho má neustále u sebe a může se připojit kdekoli a kdykoliv. Telefon sice není vhodný například k hledání velkého množství informací a čtení rozsáhlých dokumentů, nicméně na běžnou návštěvu uživateli jistě postačí. Na telefonu jsou jistě nejvíce využívány aplikace ke komunikaci,

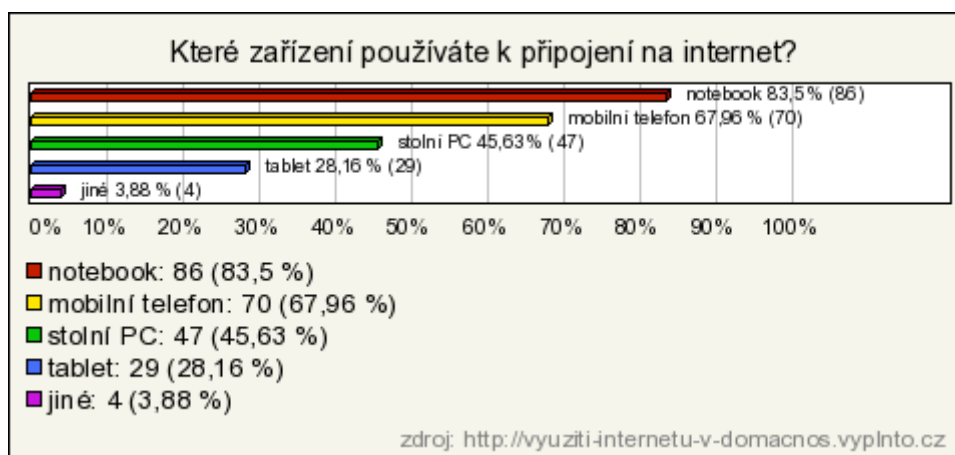
například Messenger, WhatsApp, Viber a další. Tablet si jako zařízení, přes které se uživatelé připojují, zvolilo 29 uživatelů. Výhodou tabletu je mobilita a větší velikost displeje, než kterou disponuje telefon.

**Tabulka 8: Které zařízení používáte k připojení na internet?**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Notebook	86	83,5%	80,37%
Mobilní telefon	70	67,96%	65,42%
Stolní PC	47	45,63%	43,93%
Tablet	29	28,16%	27,1%
Jiné	4	3,88%	3,74%

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 27: Které zařízení používáte k připojení na internet?**



Otázka č. 5: Jak často využíváte internet?

Otázka byla nepovinná, respondent měl odpovídat na otázku týkající se četnosti návštěv internetu. Uživatel měl možnost zvolit si z pěti možností, všichni však využili pouze dvou.

První možnost byla využívám internet denně a druhá variant využívám internet obden. Denně internet navštěvuje 98 dotázaných, zatímco odpověď obden uvedli pouze čtyři respondenti. Ve výsledku naprosto převažuje odpověď denně, internet je tedy pro většinu

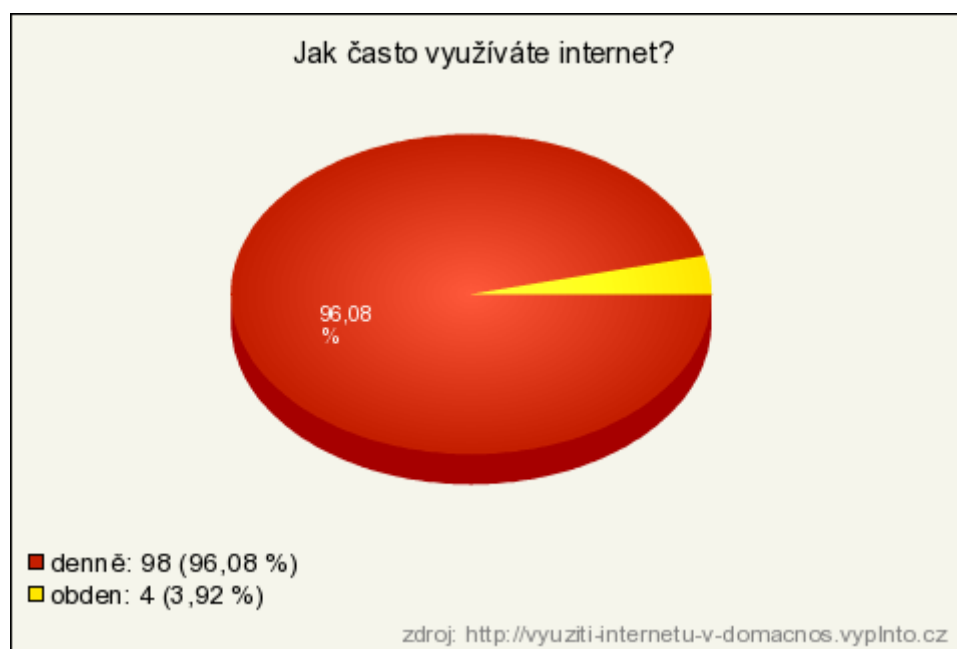
uživatelů každodenní záležitostí. Zbylé tři možnosti využívání internet dvakrát týdně, jedenkrát týdně a méně nebyly zvoleny vůbec, mezi dotazovanými nebyl žádný jedinec, který by internet využíval méně často než obden.

**Tabulka 9: Jak často využíváte internet?**

Odověď	Počet	Lokálně	Globálně
Denně	98	96,08%	91,59%
Obden	4	3,92%	3,74%

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 28: Jak často využíváte internet?**



Otázka č. 6: Kolik času denně trávíte na internetu?

Tato otázka měla zodpovědět, kolik času tráví uživatelé na internetu. Možnost více než tři hodiny si zvolilo 71 dotazovaných, tedy 70% uživatelů. Maximálně tři hodiny tráví na internetu 22 jednotlivců, tedy asi pětina dotazovaných. Možnost do dvou hodin vybralo pouze 5 uživatelů a poslední možnost doby trávení na internetu do jedné hodiny zvolili jen tři respondenti.

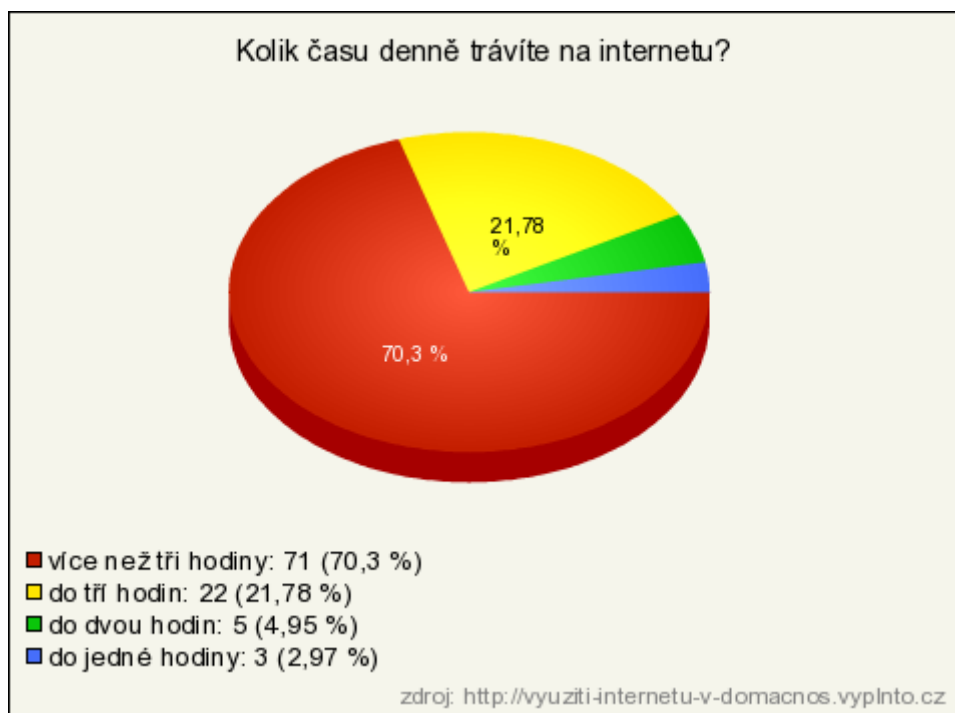
Tato otázka pomáhá zmapovat, jak lidé tráví čas. Den má 24 hodin a pokud vezmeme v potaz, že jedinec osm hodin spí a osm hodin tráví v práci, ze zbylých osmi hodin využije více než tři hodiny k návštěvě internetu, na ostatní aktivity už mu moc času nezbývá.

**Graf 29: Kolik času denně trávíte na internetu?**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Více než tři hodiny	71	70,3%	66,36%
Do tří hodin	22	21,78%	20,56%
Do dvou hodin	5	4,95%	4,67%
Do jedné hodiny	3	2,97%	2,8%

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 30: Kolik času denně trávíte na internetu?**



Otázka č. 7: Kolik členů má Vaše domácnost?

Nejčastější odpovědí na tuto otázku bylo, že respondenti žijí v domácnosti o čtyřech členech. Tuto variantu zvolilo 32 jednotlivců. Dle Českého statistického úřadu existují rozdíly mezi domácnostmi, ve kterých děti žijí a mezi těmi, kde děti nežijí. Podle šetření, který úřad prováděl, mělo v průběhu let počítač a internet více domácností, kde žily děti.

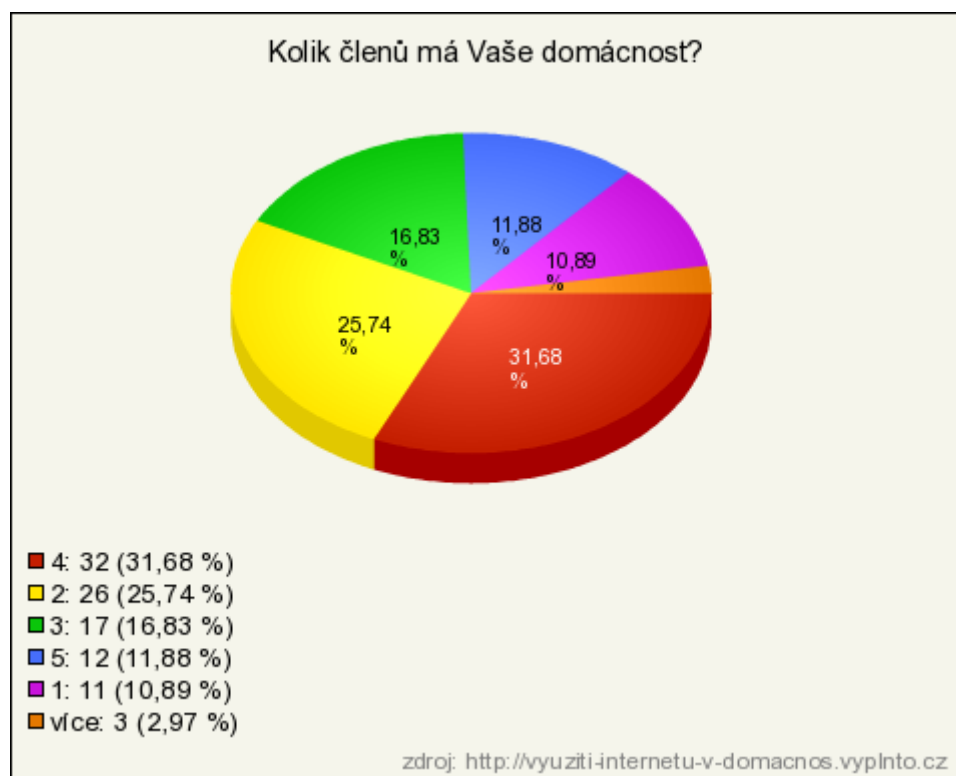
Toto platí pro domácnosti s jedním nebo dvěma dětmi. Pokud bylo dětí více, tento fakt už neplatil, s větším počtem dětí vybavenost domácností počítačem a internetem klesala. Tomuto odpovídají odpovědi v otázce na počet členů v domácnosti. Ve více než pětičlenné domácnosti žijí pouze tři jednotlivci využívající internet. Do dvoučlenné domácnosti se zařadilo 26 respondentů, v kategorii se třemi členy v domácnosti žije 17 dotazovaných. Podobných čísel dosáhly kategorie pětičlenné domácnosti a domácnosti jednotlivců. V pětičlenné domácnosti žije 12 respondentů a 11 dotazovaných žije samo.

**Tabulka 10: Kolik členů má Vaše domácnost?**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
4	32	31,68%	29,91%
2	26	25,74%	24,3%
3	17	16,83%	15,89%
5	12	11,88%	11,21%
1	11	10,89%	10,28%
Více	3	2,97%	2,8%

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 31: Kolik členů má Vaše domácnost?**



Otázka č. 8: Jaké připojení k internetu používáte?

Nejčastějším připojením k internetu je připojení přes WiFi. Tohoto připojení využívá 49 respondentů, tedy necelá polovina všech uživatelů. Dvacet dotazovaných zvolilo připojení přes ADSL. Další variantou byla odpověď jiné, tu si zvolilo 12 uživatelů a následovala varianta nevím, takto odpovědělo 10 respondentů.

Při vyhodnocování odpovědí vyšlo najevo, že je 1,6 krát větší pravděpodobnost, že žena odpoví na otázku, které připojení k internetu využívá, možností nevím. Toto je nejspíše způsobeno tím, že ženy se tolik nezajímají o techniku a méně se zajímají o technologie připojení.

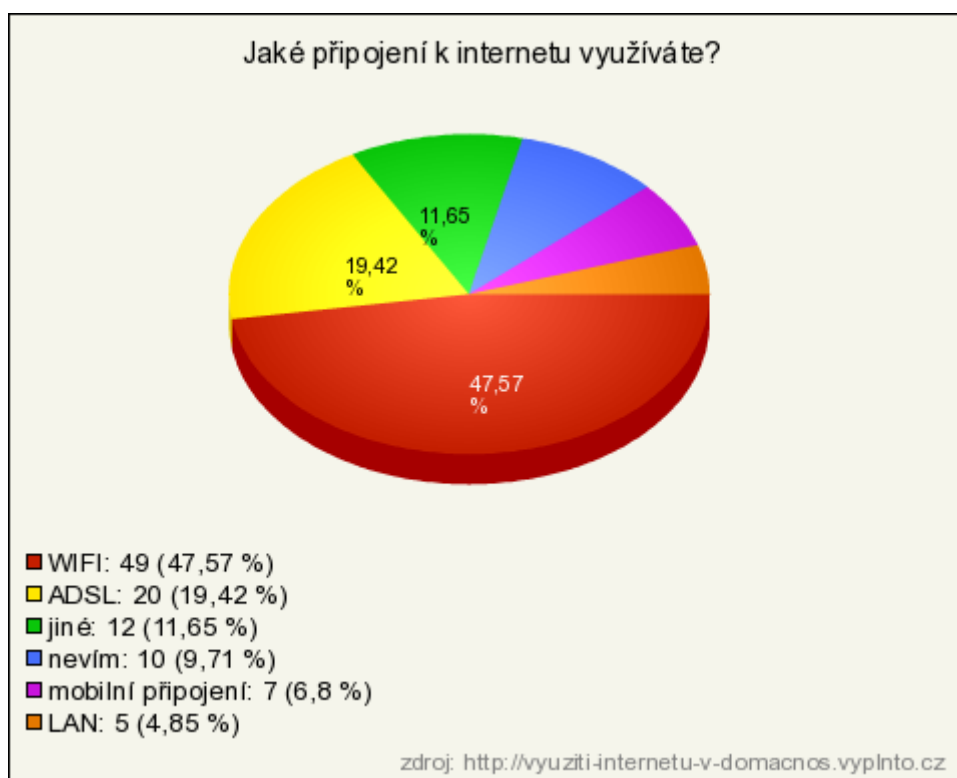
Mobilní připojení využívá pouze 7 dotázaných a ještě méně uživatelů využívá připojení LAN, to si vybralo pouhých pět respondentů.

**Tabulka 11: Jaké připojení k internetu používáte?**

<b>Odpověď</b>	<b>Počet</b>	<b>Lokálně</b>	<b>Globálně</b>
WIFI	49	47,57%	45,79%
ADSL	20	19,42%	18,69%
Jiné	12	11,65%	11,21%
Nevím	10	9,71%	9,35%
Mobilní připojení	7	6,8%	6,54%
LAN	5	4,85%	4,67%

**Zdroj: vlastní zpracování**

**Graf 32: Jaké připojení k internetu využíváte?**



Otázka č. 9: Kolik za internet měsíčně zaplatíte?

Pouze jeden uživatel zaplatí za připojení k internetu více než tisíc korun. Asi 40% uživatelů zaplatí měsíčně za internet do 500 korun, to uvedlo 41 dotazovaných. Další částka byla stanovena na maximálně 300 Kč, tuto částku měsíčně za internet zaplatí 26 uživatelů. Šestnáct dotazovaných uvedlo, že za internet platí do 700 korun. Možnost nevím uvedlo 10 uživatelů a dalších 7 platí za internet do 1000 Kč.

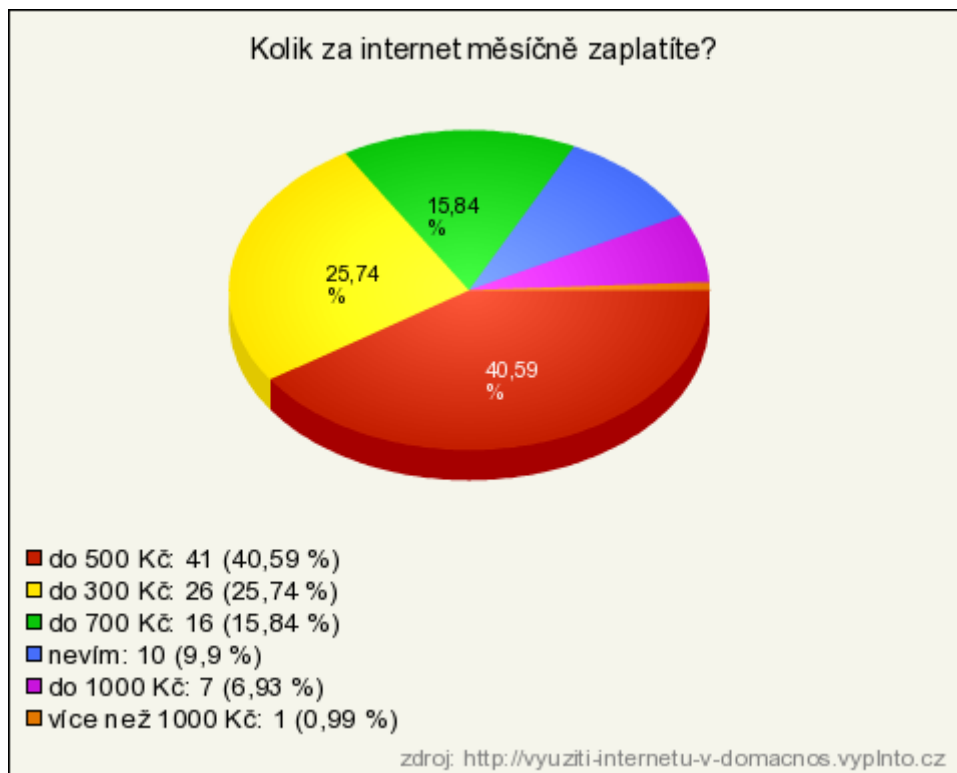
**Tabulka 12: Kolik za internet měsíčně zaplatíte?**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Do 500 Kč	41	40,59%	38,32%
Do 300 Kč	26	25,74%	24,3%
Do 700 Kč	16	15,84%	14,95%
Nevím	10	9,9%	9,35%
Do 1000 Kč	7	6,93%	6,54%
Více než 1000 Kč	1	0,99%	0,93%



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 33: Kolik za internet měsíčně zaplatíte?



Otázka č. 10: K čemu internet využíváte nejčastěji?

Aktivít, které lze na internetu vykonávat, je nepřehledné množství. Tato otázka si kladla za cíl zjistit ty nejdůležitější, ty aktivity, které uživatelé internet dělají nejčastěji. Tato otázka byla nepovinná, respondent mohl zvolit jednu nebo více možností, maximum však byly tři odpovědi. Tabulce vévodí vyhledávání informací a komunikace.

Nejčastější aktivitou, kterou uživatelé na internet vykonávají, je vyhledávání informací. Na internetu lze najít téměř cokoli za krátký časový úsek, a tak není divu, že jsou vyhledávače nejoblíbenější aktivitou, která získala 90 hlasů. O pouhé 4 hlasy méně získala možnost komunikování. Díky internetu lze komunikovat mnoha způsoby, ať už písemně nebo tváří v tvář přes webkameru. Komunikace lidí spojuje a jelikož je internet nazýván sítí sítí a díky němu lze komunikovat například s někým na druhé polokouli, tudíž komunikaci na internetu právem patří druhé místo.

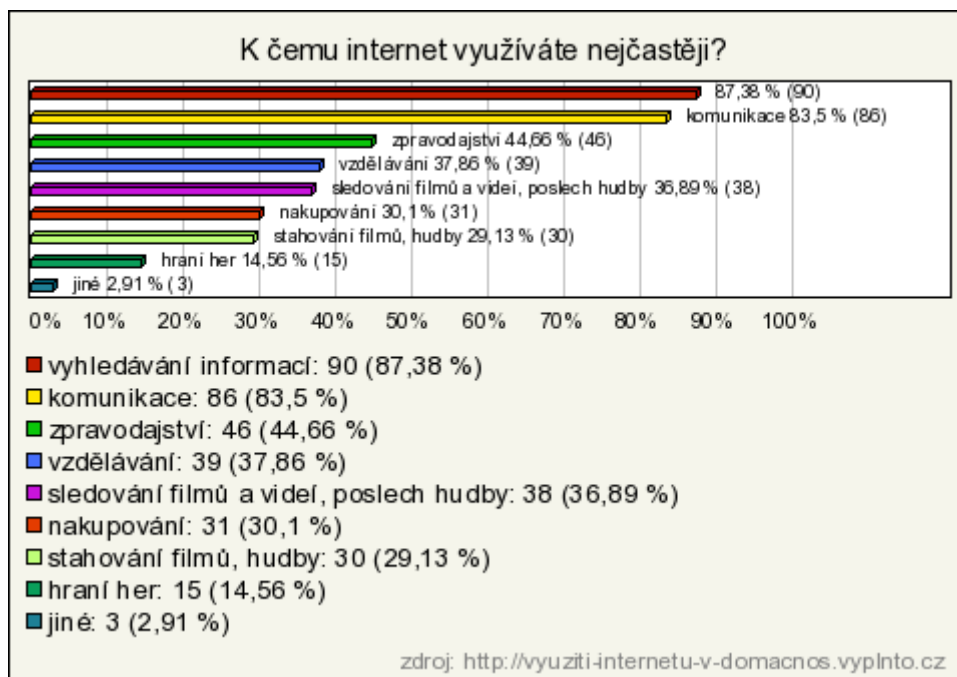
Další odpovědí je sledování zpravodajství, na internetu je možné zprávy si číst nebo si je přehrát. Ne každý sleduje televizi či poslouchá rádio a internet zprávy poskytuje velmi rychle a neustále je aktualizuje. Díky tomu zpravodajství zvolilo 46 respondentů. Vzdělávání zvolilo 39 dotazovaných. Dnes počítače a internet používají už žáci na základních školách, na střední škole je pak samozřejmostí vzdělávat se na internetu, vyhledávat učivo a vypracovávat referáty, stahovat si knihy a podobně. O pouhý hlas méně získala možnost sledování filmů, videí a poslech hudby. Uživatel nemusí spoléhat na program v televizi, není nucen sledovat reklamy, může si pustit cokoli dle svého vkusu a kdykoliv. Stejně tak není nucen poslouchat rádio, jednoduše si vybere hudbu dle svého žánru a pustí si skladbu, kterou si sám vybere. Hudba také slouží jako kulisa při vykonávání dalších činností. Nakupování si zvolila necelá třetina dotazovaných. Stahování filmů a hudby preferuje 30 uživatelů internetu. Možnost hraní her získala 15 hlasů, her je velké množství typů a žánrů. Tři uživatelé si nevybrali z žádné kategorie a zvolili tedy možnost jiné.

**Tabulka 13: K čemu internet využíváte nejčastěji?**

<b>Odpověď</b>	<b>Počet</b>	<b>Lokálně</b>	<b>Globálně</b>
Vyhledávání informací	90	87,38%	84,11%
Komunikace	86	83,5%	80,37%
Zpravodajství	46	44,66%	42,99%
Vzdělávání	39	37,86%	36,45%
Sledování filmů a videí, poslech hudby	38	36,89%	35,51%
Nakupování	31	30,1%	28,97%
Stahování filmů, hudby	30	29,13%	28,04%
Hraní her	15	14,56%	14,02%
Jiné	3	2,91%	2,8%

**Zdroj: vlastní zpracování**

**Graf 34: K čemu internet využíváte nejčastěji?**



Otázka č. 11: Které stránky navštěvujete nejčastěji?

Tato otázka byla otevřená, dotazovaný měl sám vypsát, které stránky nejčastěji navštěvuje. Stránky měly být uvedeny minimálně dvě. Jednoznačně nejnavštěvovanější je stránka sociální sítě facebook. Dalšími nejvíce navštěvovanými stránkami jsou vyhledávače seznam.cz, google.cz, centrum.cz. Na těchto stránkách je možné nalézt vše od počasí, přes reality, zboží, horoskopy, televizní program až po zpravodajství. Lze předpokládat, že na těchto stránkách mají uživatelé zřízení mail.

Následují webové stránky zaměřené na zpravodajství, nejčastěji uváděnou stránkou je idnes.cz, kde lze najít nejen zprávy, ale také novinky z kategorií kultura, sport, hobby, cestování a podobně. Z oblasti zpravodajství lze uvést také stránky novinky.cz, aktualne.cz a také bulvární plátek blesk.cz.

Následující stránky nemají větší zastoupení, liší se dle jednotlivců. Jako zájmové stránky lze zmínit například fler.cz (ruční výrobky), geocaching.com (turistická hra, při níž se hledají skryté schránky), emimino.cz, další uživatelé uvedli, že vyhledávají stránky o psech. Ze stránek týkajících se hudby lze vyzdvihnout například bandzone.cz a

metalshop.cz, další zábavou je sledování filmů na různých stránkách k tomu určených. Nechybí ani zmínka o hledání zaměstnání. Jeden respondent uvedl, že nejčastěji navštěvuje stránky s erotickou tematikou.

Otázka č. 12: Používáte sociální sítě? Facebook, Twitter atd.

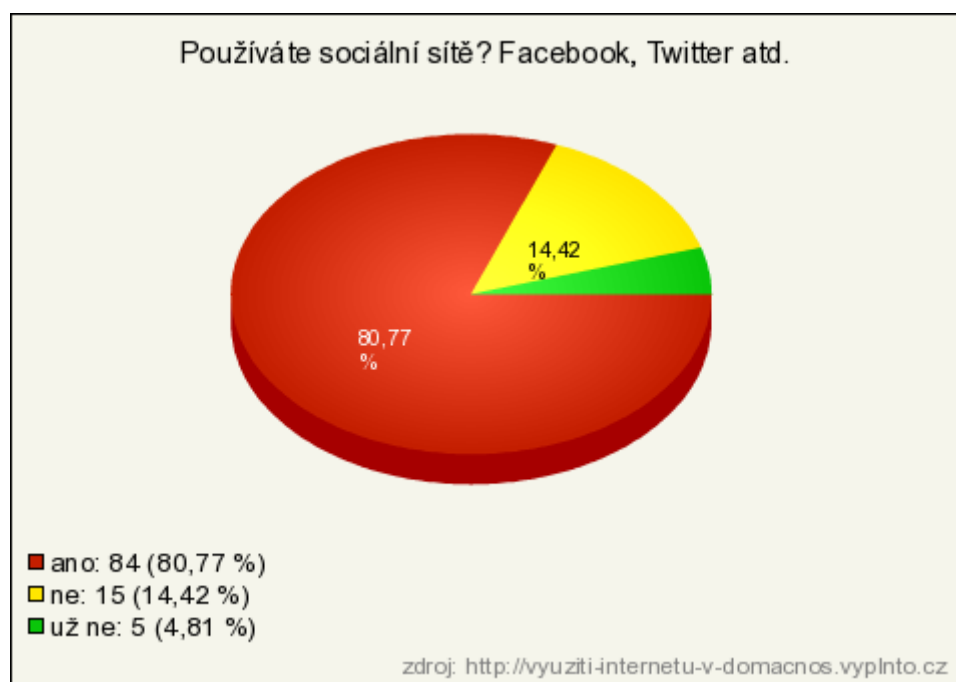
Zde jasně převažovala odpověď ano, kterou uvedlo 84 dotazovaných, tedy asi 80%. Variantu ne zvolilo 15 respondentů, v případě odpovědi ne byla následně přeskočena i otázka další. Specifická odpověď už ne si také našla své příznivce, vybralo ji 5 jednotlivců. Tito profil na sociální síti měli, ale z nějakého důvodu jej zrušili. Těžko říci, co ke zrušení uživatele vedlo, nabízí se například ztráta soukromí nebo nedostatek času. V nabídce byla také možnost chystám se zaregistrovat, tu si však nikdo z dotazovaných nezvolil.

**Tabulka 14: Používáte sociální sítě? Facebook, Twitter atd.**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Ano	84	80,77%	78,5%
Ne	15	14,42%	14,02%
Už ne	5	4,81%	4,67%

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 35: Používáte sociální sítě? Facebook, Twitter atd.**



Otázka č. 13: Jak často navštěvujete sociální sítě?

Z tabulky je vidět, že lidé na sociálních sítích tráví značné množství času. Průběžně celý den navštěvuje sociální sítě 61 dotázaných, to je více než 70%. Uživatelé mají přehled, co je mezi přáteli a známými nového, jaké přidali fotografie nebo co zrovna dělají. Jednou denně facebook či jinou sociální síť navštíví 16 uživatelů, tedy necelých 20%. Další možnosti už získaly pouze zanedbatelné množství hlasů, návštěvu sociální sítě dvakrát týdně zvolilo pět jedinců a další dvě možnosti získaly po jednom hlase – jednou týdně a méně.

**Tabulka 15: Jak často navštěvujete sociální sítě?**

<b>Odpověď</b>	<b>Počet</b>	<b>Lokálně</b>	<b>Globálně</b>
Průběžně celý den	61	72,62%	57,01%
Jednou denně	16	19,05%	14,95%
Dvakrát týdně	5	5,95%	4,67%
Jednou týdně	1	1,19%	0,93%
Méně	1	1,19%	0,93%

**Zdroj: vlastní zpracování**

**Graf 36: Jak často navštěvujete sociální sítě?**



Otázka č. 14: Nakupujete přes internet?

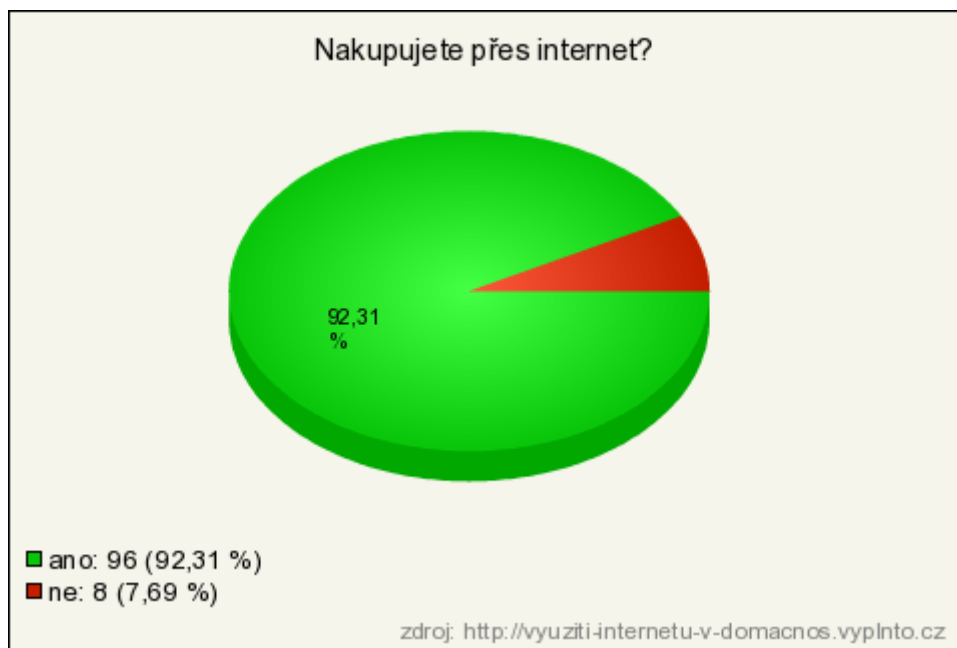
Kladně na otázku využívání nakupování na internet odpovědělo 96 dotázaných, pouhých 8 jednotlivců na internetu nenakupuje. Nákupní zvyklosti se mění a je vidět, že obliba online nákupů stále roste. Pokud respondent zvolil možnost ne, tedy že na internetu nenakupuje, další dvě otázky přeskočil, neodpovídal tedy jak často nakupuje online a co si pořizuje a pokračoval otázkou č.17.

**Tabulka 16: Nakupujete přes internet?**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Ano	96	92,31%	89,72%
Ne	8	7,69%	7,48%

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 37: Nakupujete přes internet?**



Otázka č. 15: Jak často nakupujete na internetu?

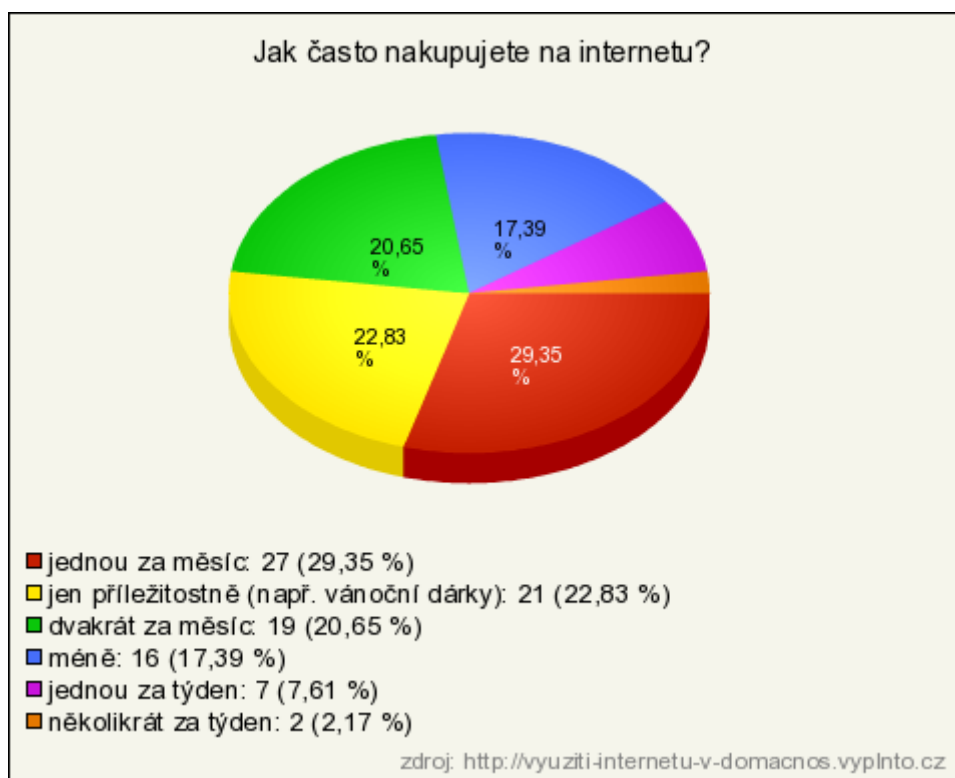
Tato otázka navazovala na téma nakupování na internetu. Nejčastěji zvolenou možností byla odpověď jednou za měsíc, tuto variantu zvolilo 27 dotazovaných, což je necelých 30%. Jen příležitostně nakupuje na internetu 21 zákazníků, příležitostnými nákupy je v tomto případě myšleno nakupování vánočních dárků nebo dárků určených k svátku či narozeninám nebo jiným zvláštním příležitostem. Dvakrát do měsíce nakupuje 19 zákazníků, ti tvoří přibližně 20%. Další možnost méně zvolilo 16 jednotlivců, ti nejspíše nakupují jen občas a například jen pokud něco opravdu potřebují a nemohou zboží sehnat v kamenných prodejnách. Jedenkrát týdně nakupuje pouze 7 zákazníků a několikrát za týden pouze dva. Z výsledků vyplývá, že nakupování na internetu v e-shopech je mezi uživateli oblíbené, ale v ideální míře asi jedenkrát měsíčně, jednou týdně a několikrát za týden nakupuje pouze minimum zákazníků.

**Tabulka 17: Jak často nakupujete na internetu?**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Jednou za měsíc	27	29,35%	25,23%
Jen příležitostně (vánoční dárky)	21	22,83%	19,63%
Dvakrát za měsíc	19	20,65%	17,76%
Méně	16	17,39%	14,95%
Jednou za týden	7	7,61%	6,54%
Několikrát za týden	2	2,17%	1,87%

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 38: Jak často nakupujete na internetu?**



Otázka č. 16: Které zboží na internetu nakupujete nejvíce? Uveďte alespoň dvě možnosti.

V této otázce byly na výběr kategorie zahrnující zboží, které lze na internetu pořídit. Nechyběla ani kategorie jiné pro případ, že dotazník nezahrnuje zboží, které zákazník preferuje. Bylo možné využít více odpovědí, nejméně dvě možnosti. Více než polovina uživatelů na internetu nakupuje elektroniku. Druhým nejčastějším zbožím nakupovaným



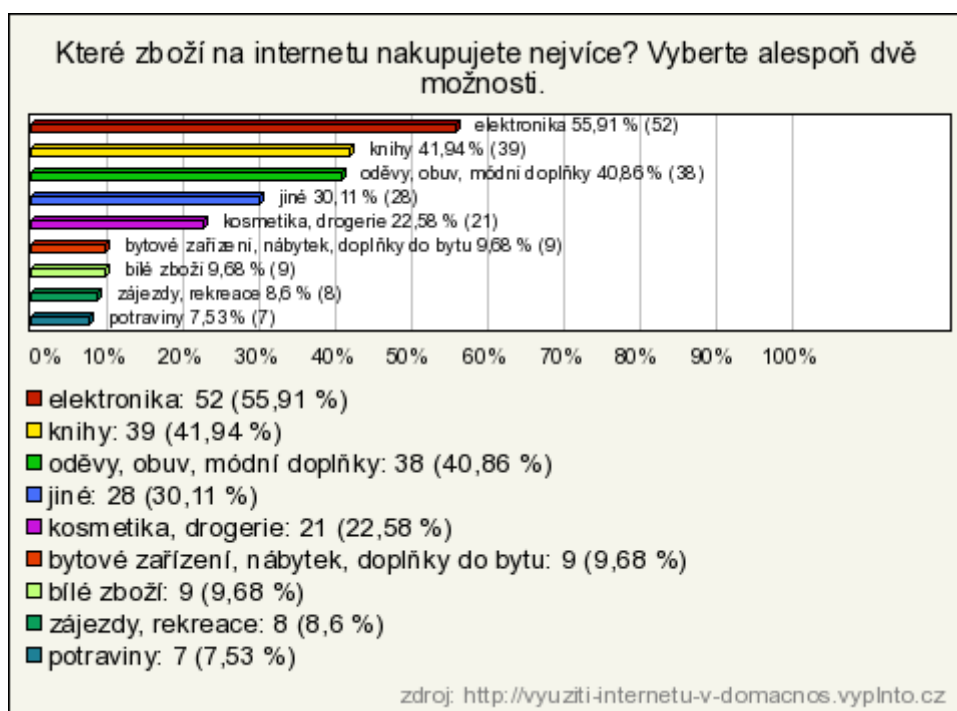
na internetu jsou knihy, ty objednává 39 zákazníků. O jednoho zákazníka méně zvolilo možnost nákupu oděvů, obuvi a módních doplňků. Již zmíněnou kategorii jiné zvolilo 28 respondentů, zde je těžké určit, které zboží se pod tímto označení skrývá, možností je příliš mnoho. Více než 20% zákazníků na internetu nakupuje kosmetické přípravky nebo drogerii, konkrétně 21 dotazovaných. Po devíti hlasech získaly možnosti bytové zařízení, nábytek a doplňky do bytu a stejně tak nákup bílého zboží. Osm zákazníků na internetu nakupuje zájezdy a rekreace. Potraviny na internetu nakupuje 7 dotázaných. Potenciál skýtají právě potraviny prodávané online, tomuto tématu se práce věnuje výše.

**Tabulka 18: Které zboží na internetu nakupujete nejvíce?**

<b>Odpověď</b>	<b>Počet</b>	<b>Lokálně</b>	<b>Globálně</b>
Elektronika	52	55,91%	48,6%
Knihy	39	41,94%	36,45%
Oděvy, obuv, módní doplňky	38	40,86%	35,51%
Jiné	28	30,11%	26,17%
Kosmetika, drogerie	21	22,58%	19,63%
Bytové zařízení, nábytek, doplňky	9	9,68%	8,41%
Bílé zboží	9	9,68%	8,41%
Zájezdy, rekreace	8	8,6%	7,48%
Potraviny	7	7,53%	6,54%

**Zdroj: vlastní zpracování**

**Graf 39: Které zboží na internetu nakupujete nejvíce?**



Otázka č. 17: Používáte internetové bankovníctví?

Na tuto otázku kladně odpovědělo 86 dotázaných oproti 13 jednotlivcům, kteří odpověděli záporně. Internetové bankovníctví je poměrně rozšířené a oblíbené. Klienti bank spatřují výhody v rychlosti bankovních operací, které mohou provádět v pohodlí domova. Je jednoduché nastavit trvalý příkaz, poslat peníze na jiný účet a zaplatit ihned za online objednané zboží.

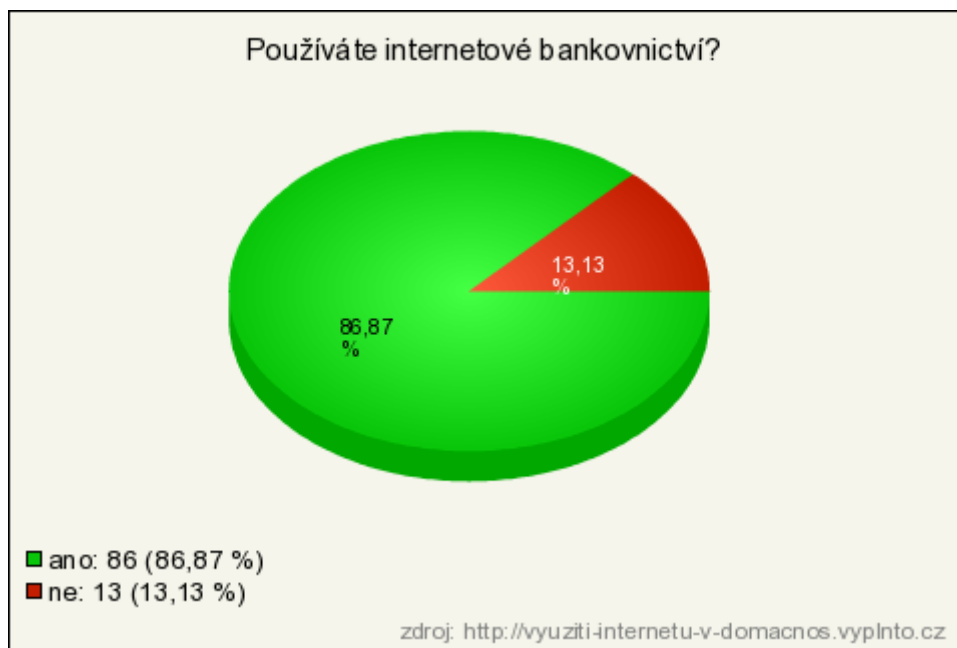
Na druhou stranu stále panuje strach ze zneužití přihlašovacích údajů a z následného odcizení peněz z účtu. Banky slibují bezpečnost, využívají různé certifikáty, ověřování přes mobilní telefon a další zabezpečovací prvky. Obliba internetového bankovníctví bude stoupat, jen co se lidí budou postupně přesvědčovat o bezpečnosti této služby.

**Tabulka 19: Používáte internetové bankovníctví?**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Ano	86	86,87%	80,37%
Ne	13	13,13%	12,15%

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 40: Používáte internetové bankovníctví?**



Otázka č. 18: Bydlíte v obci:

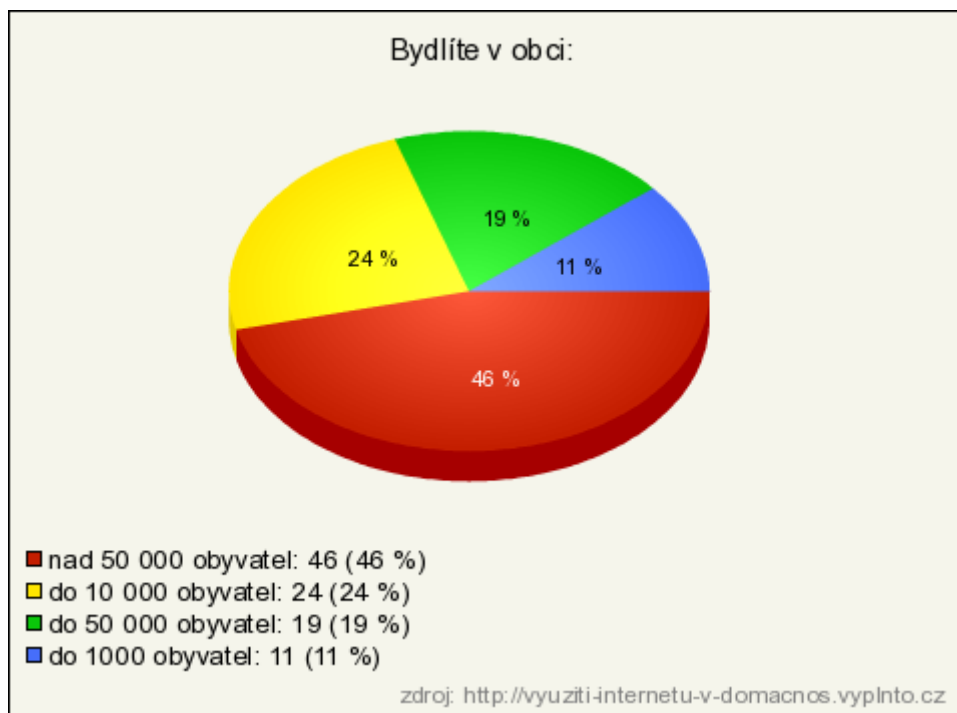
Tato otázka již byla určena k identifikaci respondentů. Cílem otázky bylo zjistit, v jak velké obci žijí. V obci s více než 50 000 obyvateli žije 46% dotazovaných. Čtvrtina respondentů žije v obci s maximálně 10 000 obyvateli a jedna pětina má bydliště v obci do 50 000 obyvatel. Možnost volby bydliště, kde žije maximálně 100 obyvatel, ne zvolil nikdo z dotazovaných.

**Tabulka 20: Bydlíte v obci**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Nad 50 000 obyvatel	46	46%	42,99%
Do 10 000 obyvatel	24	24%	22,43%
Do 50 000 obyvatel	19	19%	17,76%
Do 1 000 obyvatel	11	11%	10,28%

**Zdroj: vlastní zpracování**

**Graf 41: Bydlíte v obci**



Otázka č. 19: Kolik je Vám let?

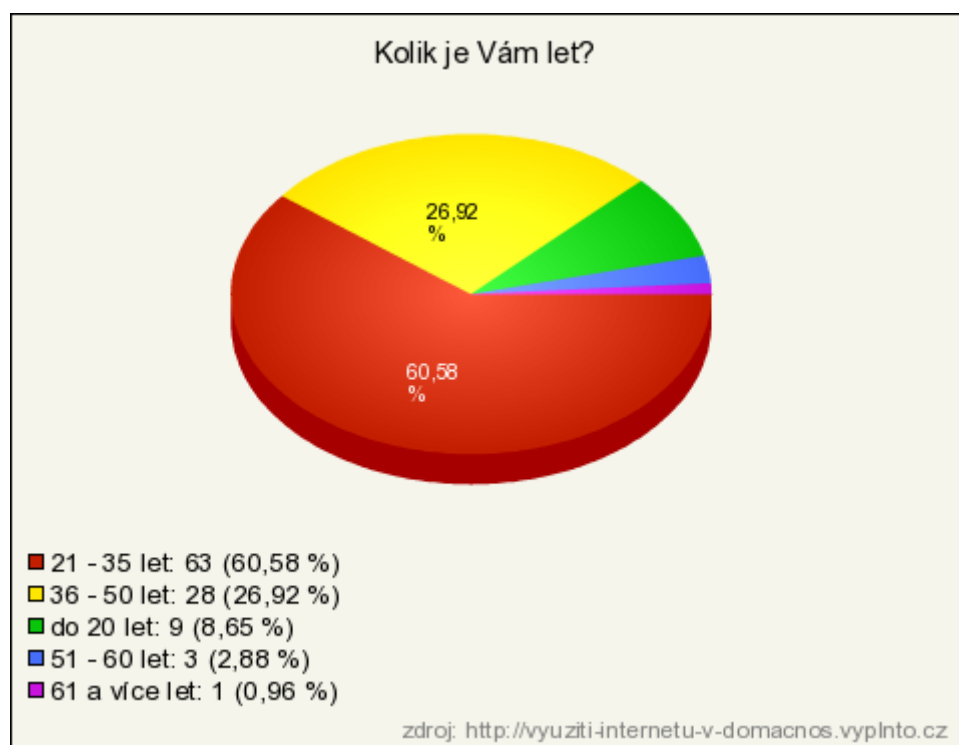
Tato otázka se týkala věku respondentů. Nejpočetnější věkovou kategorií jsou uživatelé od 21 do 35 let, uživatelů v tomto věku je 63. Další skupinu ve věku od 36 do 50 let zvolilo 28 dotázaných. Mladých do dvaceti let odpovídalo jen devět. V kategorii od 51 do 60 let se našli tři respondenti. Starší než 61 let byl pouze jeden dotázaný.

**Tabulka 21: Kolik je Vám let?**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
21 – 35 let	63	60,58%	58,88%
36 – 50 let	28	26,92%	26,17%
Do 20 let	9	8,65%	8,41%
51 – 60 let	3	2,88%	2,8%
61 a více let	1	0,96%	0,93%

**Zdroj: vlastní zpracování**

**Graf 42: Kolik je Vám let?**



Otázka č. 20: Jste žena nebo muž?

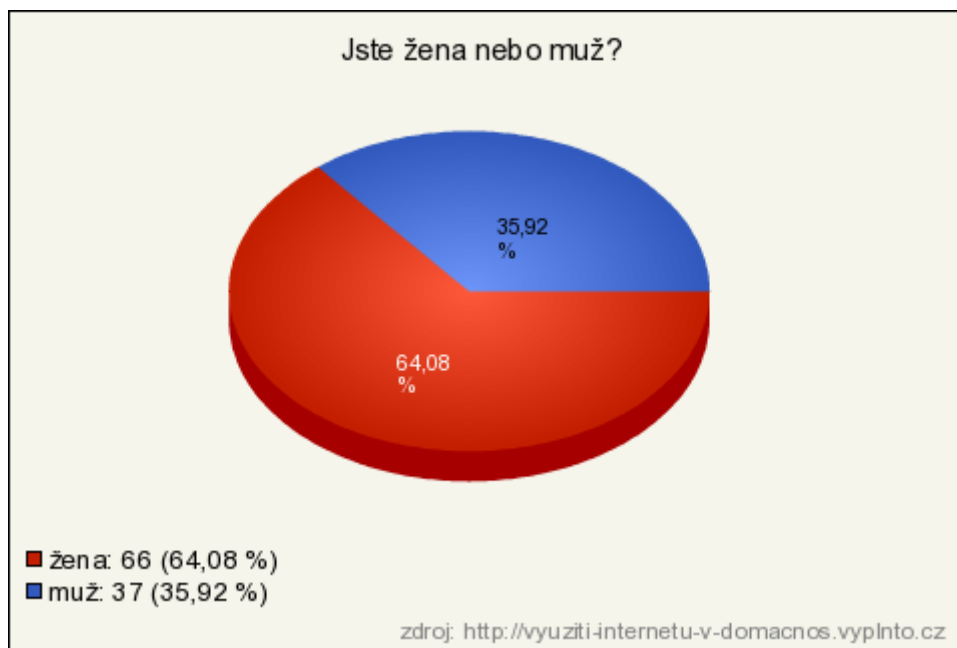
V šetření jednoznačně převažovaly ženy, kterých bylo 66 oproti 33 mužům.

**Tabulka 22: Jste žena nebo muž?**

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Žena	66	64,08%	61,68%
Muž	37	35,92%	34,58%

**Zdroj: vlastní zpracování**

**Graf 43: Jste žena nebo muž?**



Otázka č. 21: Jste...

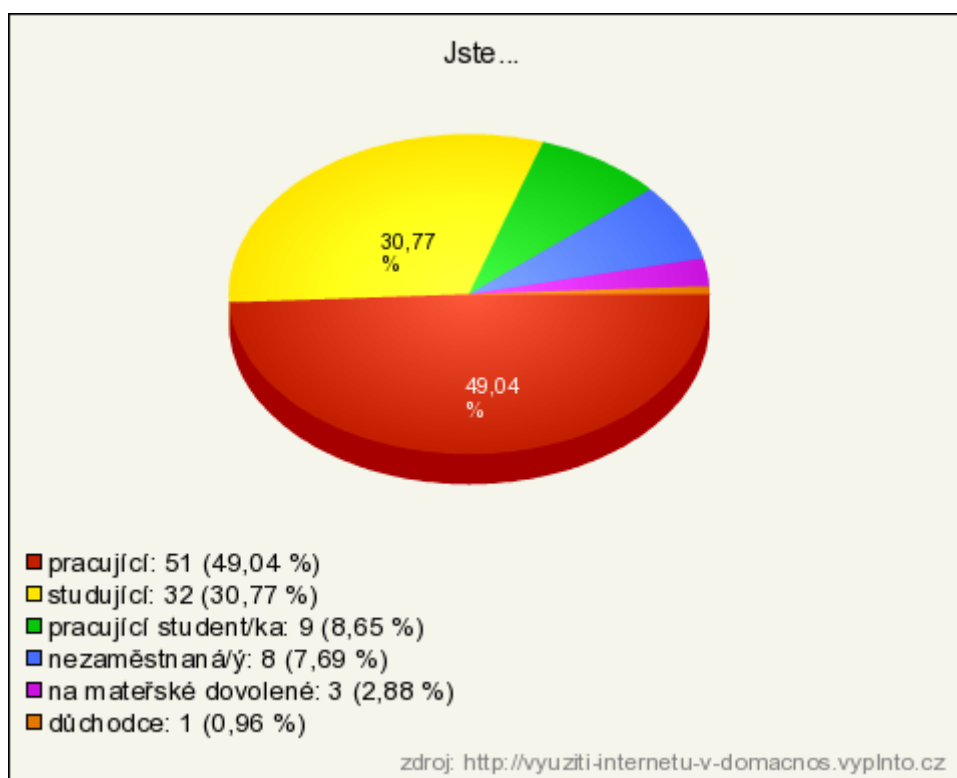
Nejvíce respondentů uvedlo, že jsou pracující – téměř 50%. Dále na dotazník odpovídalo 32 studentů. Další skupinou byli pracující student či studentky, kterých bylo 9. Následovalo 8 nezaměstnaných a 3 ženy na mateřské dovolené. Pouze jeden respondent uvedl, že je v důchodu.

**Tabulka 23: Jste...**

Odpoověď	Poččet	Lokálně	Globálně
Pracující	51	49,04%	47,66%
Studující	32	30,77%	29,91%
Pracující student/ka	9	8,65%	8,41%
Nezaměstnaný	8	7,69%	7,48%
Na mateřské	3	2,88%	2,8%
Důchodce	1	0,96%	0,93%

**Zdroj: vlastní zpracování**

Graf 44: Jste...



## 6 ZÁVĚR

Zhodnocení respondentů vypadá následovně – celkem na dotazník odpovídalo 107 jednotlivců, přičemž větší zastoupení mělo ženské pohlaví (66 žen vůči 37 mužům). Otázka byla nepovinná, čtyři jednotlivci otázku pohlaví nezodpověděli. Nejvíce zastoupenou věkovou kategorií byla ta od 21 do 35 let. Hlavní složkou byli pracující respondenti žijící nejčastěji v domácnostech o čtyřech členech v obci nad 50 000 obyvatel.

Vyhodnocením dotazníku byla potvrzena hypotéza č. 1, že se uživatelé internetu nejčastěji připojují doma, tuto možnost uvedlo celkem 68 z celkových 106 respondentů. S tím souvisí i používaný typ připojení k internetu. Na otázky týkající se připojení k internetu odpovídalo celkem 101 respondentů, pokud odečteme 10 jedinců s odpovědí nevím a 12 s odpovědí jiné, zbyde nám 79 odpovědí a pouze 7 z nich je mobilní připojení. Ostatní dotazovaní tedy vybrali připojení pevné, což odpovídá výsledku, že se lidé nejčastěji připojují doma. Samozřejmě fungují i sítě veřejné, například ve školách, kavárnách, restauracích apod., ale dá se předpokládat, že větší část vlastní pevné připojení doma. Ke stejnému závěru došel ve svém výzkumu také Český telekomunikační úřad<sup>23</sup>, výsledky výzkumu jsou sice pro roky 2010 až 2012, ale tento trend se zdá být trvalý.

V případě hypotézy č. 2 došlo k jejímu zamítnutí. Hypotéza udávala, že uživatelé internetu nejvíce navštěvují kvůli komunikaci. Ovšem nejčastěji uváděnou aktivitou na internetu byla možnost vyhledávání informací, která získala celkem 90 hlasů. Hypotéza sice byla zamítnuta, avšak nejednalo se o zvlášť markantní rozdíl, komunikaci zvolilo 86 respondentů.

Hypotéza č. 3, podle které jsou nejvíce objednávaným zbožím v e-shopech elektronika a oděvy, byla potvrzena pouze částečně, respektive byla potvrzena pouze jedna polovina hypotézy. První část hypotézy je platná, zákazníci v e-shopech opravdu nejvíce nakupují elektroniku, jak uvedlo 52 respondentů. Druhá část hypotézy je neplatná, jelikož dalším nejprodávanějším zbožím na internetu nejsou oděvy, ale knihy. Knihy získaly 39 hlasů,

---

<sup>23</sup> Využívání počítače a internetu: výsledky výzkumu ČTÚ [online]. ČTÚ, 2. 4. 2013. [cit. 8. března 2015]. Dostupné z < <http://www.slideshare.net/Lupacz/zprava-vyzkum-digitalizacexvlna2012internetfin-18068470>>



oděvy jen 38. Opět lze kontatovat, že rozdíly mezi odpověďmi nejsou propastné, v tomto případě se jedná o pouhý jeden hlas méně. Tato hypotéza vycházela z předpokladu, že muži nejčastěji nakupují elektroniku a ženy nejraději oděvy a obuv.

Podle výsledků šetření Českého statistického úřadu nakupuje přes internet nejvíce uživatelů oblečení a obuv (46%), poté kosmetiku a zdrav. prostředky (28%) a až poté elektroniku (27%).

Hypotéza č. 4 byla potvrzena, internet opravdu nejvíce používají jedinci ve věku od 21 do 35 let. Tuto věkovou kategorii zvolilo 63 jedinců z celkových 104.

Hypotéza č. 5 byla také potvrzena. Z výsledků dotazníku vyplývá, že internetové bankovníctví využívá 86 z 99 dotazovaných uživatelů. Celkem tedy necelých 87%. Český statistický úřad uvádí, že internetové bankovníctví v roce 2014 využívalo 43% dospělé populace a více než 57% uživatelů internetu. Pokud se na výsledky podíváme s ohledem na věk respondentů, je jasné, že internetové bankovníctví využívá nejen nejpočetněji zastoupená skupina od 21 do 35 let, ale také jedinci starších kategorií nebo jedinci ve věku do 20 let.

**Tabulka 24: Vyhodnocení hypotéz.**

<b>Hypotéza</b>	<b>Znění hypotézy</b>	<b>Potvrzena/zamítnuta</b>
Hypotéza č. 1	Uživatelé se na internet nejčastěji připojují doma.	<b>Potvrzena</b>
Hypotéza č. 2	Internet je nejvíce navštěvován kvůli komunikaci.	<b>Zamítnuta</b>
Hypotéza č. 3	Zákazníci e-shopů objednávají nejvíce elektroniku a oděvy.	<b>Potvrzena částečně</b>
Hypotéza č. 4	Mezi uživateli internetu převládá věková kategorie 21 – 35 let.	<b>Potvrzena</b>
Hypotéza č. 5	Internetové bankovníctví využívá více než 70% uživatelů internetu.	<b>Potvrzena</b>

**Zdroj: vlastní zpracování**

Internet je běžnou součástí dne většiny z nás, ať už doma, v práci či ve škole. Dokazuje to i fakt, že na otázku jak často využívají internet, odpovědělo 98 respondentů denně a 4 obden. Další odpovědi zůstaly nevyčerpány.

Informační a komunikační technologie se vyvíjí každým dnem. Internet nabízí obrovské množství informací, služeb a aktivit. Internet je mocný nástroj a je na každém, jak ho využije a jaké si nastaví hranice. Počítačová gramotnost je dnes nutností ve škole i ve velkém množství zaměstnání, v tomto oboru je nutnost neustále se vzdělávat.

## 7 POUŽITÉ ZDROJE

### 7.1 Literární zdroje

- BLUM, A. *Z čeho je internet*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2013. 288 s. ISBN 978-80-2513-800-7.
- CRYSTAL, D. *Language and the Internet*. 1. vyd. Cambridge University Press, 2006. 316 s. ISBN 978-0521868594.
- EDDINGS, J. *Jak pracuje internet*. 1. vyd. Brno: UNIS, 1995. 218 s. ISBN 1-56276-192-7.
- KOTLER, P. *Marketing management*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-2.
- KRAS, P. *Internet v kostce – užití v běžném životě*. 2. vyd. Praha: Fragment, 2002. 144 s. ISBN 80-7200-631-2.
- LAPÁČEK, J. *Počítač v domácnosti – podrobný průvodce pro práci, zábavu i vzdělávání*. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2009. 416 s. ISBN 978-80-251-2307-2.
- MURPHY, R. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. 2. vyd. Ostrava: Slon, 2006. 268 s. ISBN 80-86429-25-3.
- PÍSEK, S. *Internet v rodině*. 1. vyd. Praha: Grada, 2001. 128 s. ISBN 80-247-0117-0.
- POLČÁK, R. *Internet a proměny práva*. 1. vyd. Praha: Auditorium, 2012. 388 s. ISBN 978-80-87284-22-3.
- RENDA, M. *Internet CZ a Netscape Navigator*. 1. vyd. Praha: Grada, 1997. 232 s. ISBN 80-7169-379-0.
- SEDLÁČEK, J. *E-komerce: internetový a mobil marketing: od A do Z*. Praha: BEN – technická literatura, 2006. ISBN 80-7300-195-0.
- SKLENÁK, V. a kol. *Data, informace, znalosti a internet*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2001. 507 s. ISBN 80-7179-409-0.
- ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet*. 1. vyd. Praha: Triton, 2003. 158 s. ISBN 80-7254-360-1.
- VYTISKA, J. *Logistika internetového obchodu*. Přerov, 2011. Bakalářská práce. Vysoká škola logistiky o. p. s.

## 7.2 Internetové zdroje

<http://apl.czso.cz/pll/eutab/html.h>

[www.czso.cz](http://www.czso.cz)

[www.apek.cz](http://www.apek.cz)

[www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz)

ČSÚ [online]. ČSÚ [cit. 9. ledna 2015]. Dostupné z <<https://www.czso.cz/csu/czso/o-csu>>

*Databáze Eurostatu* [online]. ČSÚ [cit. 9. ledna 2015]. Dostupné z <<http://apl.czso.cz/pll/eutab/html.h>>

*Občanský zákoník* (zákon č. 40/1964 Sb.) (platnost do 31. 12. 2013) [online]. Ley.cz o.s., 2005 – 2014 [cit. 2. února 2015]. Dostupné z <<http://zakony-online.cz/?s6&q6=115>>

*Teorie spotřebitele* [online]. Ekonomie a ekonomika, 2006 [cit. 15. února 2015]. Dostupné z <<http://www.ecorp.euweb.cz/Mikroekonomie.html>>

*Domácnosti jednotlivců* [online]. ČSÚ, 31. 3. 2014 [cit. 2. února 2015]. Dostupné z <[http://www.scitani.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9F0034FBAA/\\$File/170226-14.pdf](http://www.scitani.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9F0034FBAA/$File/170226-14.pdf)>

BARTOŠEK, M. *Krátce z historie internetu* [online]. Zpravodaj ÚVT MU. ISSN 1212-0901, 1995, roč. V., č. 3, s. 10-13. [cit. 8. ledna 2015]. Dostupné z <<http://webserver.ics.muni.cz/zpravodaj/articles/22.html>>

*Historie sítě internet* [online]. [cit. 8. ledna 2015]. Dostupné z <<http://ihistory.webzdarma.cz/chap/cr.php>>

KASÍK, P. *Český internet slaví 20. narozeniny, vzpomíná na skromné začátky* [online]. ČTK, 13. 2. 2012 [cit. 8. ledna 2015]. Dostupné z <[http://technet.idnes.cz/cesky-internet-slavi-20-narozneniny-vzpomina-na-skromne-zacatky-p7u-sw\\_internet.aspx?c=A120213\\_000221\\_sw\\_internet\\_pka](http://technet.idnes.cz/cesky-internet-slavi-20-narozneniny-vzpomina-na-skromne-zacatky-p7u-sw_internet.aspx?c=A120213_000221_sw_internet_pka)>

CHURÝ, L. *Internet a jeho historie v ČR* [online]. 27. 12. 2005 [cit. 8. ledna 2015]. Dostupné z <<http://programujte.com/clanek/2005122001-internet-a-jeho-historie-v-cr/>>

*Úřední věstník* L 143, 30/04/2004 S. 0049 – 0055 [online]. EUROSTAT, 30. 4. 2004 [cit. 5. ledna 2015]. Dostupné z <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32004R0808:CS:HTML>>

*Základní informace o šetření* [online]. ČSÚ, 2014 [cit. 5. ledna 2015]. Dostupné z <[http://www.jihlava.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9D003017E8/\\$File/062004-14m.pdf](http://www.jihlava.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9D003017E8/$File/062004-14m.pdf)>

*Jak se připojit k internetu aneb Jaké typy připojení jsou na výběr?* [online]. DSL [cit. 11. ledna 2015]. Dostupné z <<http://www.dsl.cz/jak-na-to/2-zaciname/26-jak-se-pripojit-k-internetu>>

*Asociaci pro elektronickou komerci – APEK se představuje* [online]. [cit. 20. února 2015]. Dostupné z <<http://www.apek.cz/>>

MORÁVEK, D. *Znáte zákazníky svého e-shopu? Víme, co kdo nakupuje na internetu nejčastěji* [online]. Podnikatel, 7. 11. 2014 [cit. 24. ledna 2015]. Dostupné z <<http://www.podnikatel.cz/clanky/znate-zakazniky-sveho-e-shopu-vime-co-kdo-nakupuje-na-internetu-nejcastěji/>>

VYHNANOVSKÝ, O. *Češi fandí e-shopům, ale zboží si nejraději vyzvedávají osobně* [online]. Lidové noviny, 7. 10. 2014 [cit. 20. února 2015]. Dostupné z <[http://byznys.lidovky.cz/e-shopy-se-stavi-na-kamenne-nohy-dnd-/firmy-trhy.aspx?c=A141007\\_111814\\_firmy-trhy\\_pave](http://byznys.lidovky.cz/e-shopy-se-stavi-na-kamenne-nohy-dnd-/firmy-trhy.aspx?c=A141007_111814_firmy-trhy_pave)>

*O nás* [online]. Slevomat, 2010 [cit. 28. ledna 2015]. Dostupné z <<https://www.slevomat.cz/o-nas>>

*On-line potraviny mají budoucnosti, nabízet je chce více řetězců* [online]. ČTK, 23. 1. 2015 [cit. 23. ledna 2015]. Dostupné z <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/299142-on-line-potraviny-maji-budoucnost-nabizet-je-chce-vice-retezcu/>>

*Informační a komunikační technologie v českých domácnostech* [online]. ČSÚ, 2014 [cit. 11. ledna 2015]. Dostupné z <[http://www.jihlava.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9D0030180E/\\$File/06200414a.pdf](http://www.jihlava.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/t/9D0030180E/$File/06200414a.pdf)>

*Využívání počítače a internetu: výsledky výzkumu ČTÚ* [online]. ČTÚ, 2. 4. 2013. [cit. 8. března 2015]. Dostupné z <<http://www.slideshare.net/Lupacz/zprava-vyzkum-digitalizacexvlna2012internetfin-18068470>>

## **8 SEZNAMY**

### **8.1 Seznam tabulek**

Tabulka 1: Predikce domácností s počítačem.....44

Tabulka 2: Predikce domácností s internetem. ....	45
Tabulka 3: Predikce jednotlivců starších 16 let používajících počítač. ....	46
Tabulka 4: Predikce jednotlivců starších 16 let používajících internet. ....	47
Tabulka 5: Používáte internet? .....	51
Tabulka 6: Kde nejčastěji využíváte internet? .....	52
Tabulka 7: Využíváte internet ve své domácnosti? .....	53
Tabulka 8: Které zařízení používáte k připojení na internet? .....	55
Tabulka 9: Jak často využíváte internet? .....	56
Tabulka 10: Kolik členů má Vaše domácnost? .....	58
Tabulka 11: Jaké připojení k internetu používáte? .....	59
Tabulka 12: Kolik za internet měsíčně zaplatíte? .....	60
Tabulka 13: K čemu internet využíváte nejčastěji? .....	62
Tabulka 14: Používáte sociální sítě? Facebook, Twitter atd. ....	64
Tabulka 15: Jak často navštěvujete sociální sítě? .....	65
Tabulka 16: Nakupujete přes internet? .....	66
Tabulka 17: Jak často nakupujete na internetu? .....	68
Tabulka 18: Které zboží na internetu nakupujete nejvíce? .....	69
Tabulka 19: Používáte internetové bankovníctví? .....	70
Tabulka 20: Bydlíte v obci.....	71
Tabulka 21: Kolik je Vám let? .....	72
Tabulka 22: Jste žena nebo muž? .....	73
Tabulka 23: Jste... ..	74
Tabulka 24: Vyhodnocení hypotéz. ....	77

## 8.2 Seznam grafů

Graf 1: Domácnosti s počítačem. ....	18
Graf 2: Domácnosti s připojením k internetu. ....	18
Graf 3: Domácnosti s počítačem podle přítomnosti dětí. ....	19
Graf 4: Domácnosti s počítačem podle příjmů domácností. ....	20
Graf 5: Jednotlivci starší 16 let využívající počítač a internet. ....	21
Graf 6: Domácnosti s počítačem (vlevo) a domácnosti s připojením k internet (vpravo) v EU- .....	22
Graf 7: Jednotlivci používající internet v zemích EU .....	23
Graf 8: Typy připojení k internetu. ....	25
Graf 9: Aktivita vykonávané jednotlivci na internetu. ....	29
Graf 10: Telefonování přes internet. ....	30
Graf 11: Účast v sociálních sítích podle věku. ....	30
Graf 12: Jednotlivci nakupující přes internet. ....	33
Graf 13: Jednotlivci nakupující přes internet podle kategorií .....	34
Graf 14: Zboží nakoupené přes internet. ....	35
Graf 15: Které produkty nakupují ženy a které muži? .....	36
Graf 16: Nákupy na slevových portálech. ....	38
Graf 17: Platby přes internet. ....	42
Graf 18: Platby hotově. ....	43
Graf 19: Platby přes internet v EU .....	43

Graf 20: Predikce domácností s počítačem.....	45
Graf 21: Predikce domácností s internetem.....	46
Graf 22: Predikce jednotlivců starších 16 let používajících počítač.....	47
Graf 23: Predikce jednotlivců starších 16 let používajících internet.....	48
Graf 24: Používáte internet?.....	52
Graf 25: Kde nejčastěji využíváte internet?.....	53
Graf 26: Využíváte internet ve své domácnosti?.....	54
Graf 27: Které zařízení používáte k připojení na internet?.....	55
Graf 28: Jak často využíváte internet?.....	56
Graf 29: Kolik času denně trávíte na internetu?.....	57
Graf 30: Kolik času denně trávíte na internetu?.....	57
Graf 31: Kolik členů má Vaše domácnost?.....	58
Graf 32: Jaké připojení k internetu využíváte?.....	60
Graf 33: Kolik za internet měsíčně zaplatíte?.....	61
Graf 34: K čemu internet využíváte nejčastěji?.....	63
Graf 35: Používáte sociální sítě? Facebook, Twitter atd.....	64
Graf 36: Jak často navštěvujete sociální sítě?.....	66
Graf 37: Nakupujete přes internet?.....	67
Graf 38: Jak často nakupujete na internetu?.....	68
Graf 39: Které zboží na internetu nakupujete nejvíce?.....	70
Graf 40: Používáte internetové bankovníctví?.....	71
Graf 41: Bydlíte v obci.....	72
Graf 42: Kolik je Vám let?.....	73
Graf 43: Jste žena nebo muž?.....	74
Graf 44: Jste.....	75

### 8.3 Seznam obrázků

Obrázek 1: Asociace pro elektronickou komerci.....	33
--	----

## 9 PŘÍLOHY

Dotazník:

### 1.) Používáte internet?

- Ano
- Ne

### 2.) Kde nejčastěji využíváte internet?

- Doma
- V práci
- Ve škole

- V internetové kavárně
- Jsem připojen/a neustále na mobilním telefonu
- Jinde
- Veřejné sítě WIFI

**3.) Využíváte internet ve své domácnosti?**

- Ano
- Ne

**4.) Které zařízení používáte k připojení na internet?**

- Mobilní telefon
- Notebook
- Tablet
- Stolní PC
- Jiné

**5.) Jak často využíváte internet?**

- Denně
- Obden
- Dvakrát týdně
- Jedenkrát týdně
- Méně

**6.) Kolik času denně trávíte na internetu?**

- Více než tři hodiny
- Do tří hodin
- Do dvou hodin
- Do jedné hodiny

**7.) Kolik členů má vaše domácnost?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Více



**8.) Jaké připojení k internetu používáte?**

- WIFI
- ADSL
- LAN
- Mobilní připojení
- Jiné
- Nevím

**9.) Kolik za internet měsíčně zaplatíte?**

- Do 300 Kč
- Do 500 Kč
- Do 700 Kč
- Do 1000 Kč
- Více než 1000 Kč
- Nevím

**10.) K čemu internet využíváte nejčastěji?**

- Komunikace
- Nakupování
- Vyhledávání informací
- Zpravodajství
- Hraní her
- Vzdělávání
- Sledování filmů a videí, poslech hudby
- Stahování filmů, hudby
- Blogování
- Jiné

**11.) Které stránky navštěvujete nejčastěji? Uveďte alespoň dvě. – Otevřená otázka.**

**12.) Používáte sociální sítě? Facebook, Twitter atd.**

- Ano
- Ne
- Už ne

- Chystám se zaregistrovat

**13.) Jak často navštěvujete sociální sítě?**

- Průběžně celý den
- Jednou denně
- Dvakrát týdně
- Jednou týdně
- Méně

**14.) Nakupujete přes internet?**

- Ano
- Ne

**15.) Jak často nakupujete na internetu?**

- Několikrát za týden
- Jednou za týden
- Dvakrát za měsíc
- Jednou za měsíc
- Méně
- Jen příležitostně (např. vánoční dárky)

**16.) Které zboží na internetu nakupujete nejvíce? Vyberte alespoň dvě možnosti.**

- Kosmetika, drogerie
- Potraviny
- Elektronika
- Bílé zboží
- Bytové zařízení, nábytek, doplňky do bytu
- Oděvy, obuv, módní doplňky
- Knihy
- Zájezdy, rekreace
- Jiné

**17.) Používáte internetové bankovníctví?**

- Ano
- Ne

**18.) Bydlíte v obci:**

- Nad 50 000 obyvatel
- Do 50 000 obyvatel
- Do 10 000 obyvatel
- Do 1 000 obyvatel
- Do 100 obyvatel

**19.) Kolik je Vám let?**

- Do 20 let
- 21 – 35 let
- 36 – 50 let
- 51 – 60 let
- 61 a více let

**20.) Jste žena nebo muž?**

- Žena
- Muž

**21.) Jste...**

- Pracující
- Studující
- Na mateřské dovolené
- Nezaměstnaná/ý
- Pracující student/ka
- Důchodce
- Pracující důchodce