

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra statistiky**



**Diplomová práce**

**Internet a jeho využití v domácnostech**

**Bc. Veronika Bimková**

© 2024 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Veronika Bimková

Systemové inženýrství a informatika

Informatika

Název práce

**Internet a jeho využití v domácnostech**

Název anglicky

**Internet and its use in households**

---

### Cíle práce

Cílem diplomové práce je zhodnotit aktuální stav připojení domácností k internetu a jeho využití v České republice. Následně budou získané výsledky z České republiky porovnány s dalšími zeměmi.

### Metodika

V analýze budou využita zdrojová data z ČSÚ a Eurostatu. Získaná data budou následně analyzována pomocí standardních statistických metod.

**Doporučený rozsah práce**

cca 80 stran

**Klíčová slova**

statistika, internet, domácnost, uživatel, bezpečnost internetu

---

**Doporučené zdroje informací**

BLUM, Andrew. *Z čeho je internet : výprava do nitra světové sítě*. Brno: Computer Press, 2013. ISBN 978-80-251-3800-7.

HINDLS, Richard; NOVÁK, Ilja; HRONOVÁ, Stanislava. *Metody statistické analýzy pro ekonomy*. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-013-9.

LEVITT, J.: *Conservation in the Internet Age: Threats And Opportunities*. Washington: ISLAND PRESS, 2002. ISBN 9781597268516.

NAUMANN, Friedrich. *Dějiny informatiky : od abaku k internetu*. Praha: Academia, 2009. ISBN 978-80-200-1730-7.

PALOVSKÝ, R.: *Informační a komunikační sítě. Díl I. Vyd. 1.* Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1729-2.

SVATOŠOVÁ, Libuše; KÁBA, Bohumil; ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE. KATEDRA STATISTIKY. *Statistické metody I*. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2007. ISBN 978-80-213-1672-0.

---

**Předběžný termín obhajoby**

2020/21 LS – PEF

**Vedoucí práce**

RNDr. Jan Grosz

**Garantující pracoviště**

Katedra statistiky

Elektronicky schváleno dne 2. 10. 2020

**prof. Ing. Libuše Svatošová, CSc.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 19. 10. 2020

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 28. 03. 2024

### **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 použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31. března 2024

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu diplomové práce RNDr. Janu Groszovi za užitečné rady a vstřícný přístup. Dále chci poděkovat svému partnerovi, rodině a přátelům za podporu během celého studia.

# Internet a jeho využití v domácnostech

## Abstrakt

Tato diplomová práce pojednává o dopadech pandemie Covid-19 na využívání internetu v českých domácnostech. Práce je rozdělena na teoretickou a analytickou část.

V teoretické části jsou vypsány základní pojmy pojednávající o internetu, jeho stručné historii, typech připojení a výhledu do jeho budoucnosti. Následně diplomová práce pojednává o vývoji a průběhu pandemie Covid-19, charakteristice generací, sociálních sítí a streamovacích službách a online nakupování. Pro zpracování teoretické části je použita odborná literatura, data z Českého statistického úřadu, pro mezinárodní srovnání data z Eurostatu a internetové zdroje.

V analytické části je použito vlastní dotazníkové šetření, kde jsou výsledky zhodnoceny a přehledně zpracovány do tabulek a grafů. Dále byla analyzována data z Českého statistického úřadu a data z Eurostatu. V závěru diplomové práce jsou posouzeny dopady pandemie Covid-19 na jednotlivé generace dle vlastního dotazníkového šetření. V druhé polovině závěru je posouzeno, jak pandemie Covid-19 ovlivnila chování uživatelů na internetu ve státech Visegrádské skupiny, státech Evropské unie a v dalších evropských zemích.

**Klíčová slova:** Covid-19, Český statistický úřad, domácnosti, Eurostat, Evropská unie, generace, internet, online nakupování, streamovací platformy, sociální sítě

# **Internet and its use in households**

## **Abstract**

This thesis deals with the impact of the Covid-19 pandemic on internet usage in Czech households. The thesis is divided into theoretical and analytical parts.

In the theoretical part, basic concepts about the internet, its brief history, types of connections and the outlook for its future are listed. Subsequently, the thesis discusses the development and course of the Covid-19 pandemic, characteristics of generations, social networking and streaming services, and online shopping. For the theoretical part of the thesis, literature, data from the Czech Statistical Office, data from Eurostat and internet sources are used for international comparison.

In the analytical part, the own questionnaire survey is used, where the results are evaluated and clearly processed in tables and graphs. Furthermore, data from the Czech Statistical Office and data from Eurostat were analysed. In the conclusion of the thesis, the impact of the Covid-19 pandemic on individual generations is assessed according to the own questionnaire survey. In the second half of the conclusion, it is assessed how the Covid-19 pandemic has affected the behaviour of internet users in the Visegrad Group countries, European Union countries and other European countries.

**Keywords:** Covid-19, Czech Statistical Office, households, Eurostat, European Union, generation, internet, online shopping, streaming platforms, social networks

# Obsah

<b>1 Úvod.....</b>	<b>10</b>
<b>2 Cíl práce a metodika .....</b>	<b>11</b>
2.1 Cíl práce.....	11
2.2 Metodika.....	12
<b>3 Teoretická východiska .....</b>	<b>13</b>
3.1 Internet.....	13
3.1.1 Historie internetu .....	13
3.1.2 Vznik internetu v České republice .....	14
3.1.3 Využití internetu v domácnostech.....	15
3.1.4 Typy připojení k internetu .....	17
3.1.5 Budoucnost internetu .....	18
3.2 Pandemie Covid-19.....	19
3.3 Generace .....	20
3.3.1 Generace Baby boomers .....	21
3.3.2 Generace X .....	21
3.3.3 Generace Y .....	22
3.3.4 Generace Z.....	23
3.3.5 Trávení volného času podle generací .....	23
3.4 Sociální sítě .....	24
3.4.1 Facebook.....	24
3.4.2 Instagram.....	24
3.4.3 Twitter (nyní platforma X) .....	25
3.4.4 LinkedIn.....	25
3.4.5 TikTok.....	26
3.5 Streamovací platformy.....	26
3.5.1 Netflix .....	26
3.5.2 HBO Max.....	26
3.5.3 Voyo.....	27
3.5.4 Disney+ .....	27
3.5.5 Využívání streamovacích služeb v ČR v roce 2023.....	27
3.6 Online nakupování.....	27
3.7 Evropská unie.....	28
3.8 Visegrádská skupina .....	30
<b>4 Vlastní práce .....</b>	<b>32</b>
4.1 Získávání veřejných dat.....	32
4.1.1 Český statistický úřad .....	32



4.1.2	Eurostat .....	32
4.2	Srovnání výsledků výzkumu s daty z Eurostatu .....	33
4.2.1	Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání internetu .....	33
4.2.2	Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání emailu .....	34
4.2.3	Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání sociálních sítí .....	36
4.2.4	Porovnání jednotlivců z evropských států v nakupování zboží online .....	37
<b>5</b>	<b>Výsledky dotazníkového šetření.....</b>	<b>40</b>
5.1	Metody sběru dat.....	40
5.2	Účast ve výzkumu .....	40
5.3	Získané odpovědi .....	40
<b>6</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>69</b>
<b>7</b>	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>71</b>
<b>8</b>	<b>Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk .....</b>	<b>78</b>
8.1	Seznam kartogramů .....	78
8.2	Seznam tabulek .....	78
8.3	Seznam grafů .....	78
8.4	Seznam použitých zkratk .....	79
	<b>Přílohy .....</b>	<b>81</b>
	<b>Příloha č. 1 – Dotazník .....</b>	<b>81</b>
	<b>Příloha č. 2 – Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání internetu ...</b>	<b>85</b>
	<b>Příloha č. 3 – Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání emailu .....</b>	<b>86</b>
	<b>Příloha č. 4 – Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání sociálních sítí</b>	<b>87</b>
	<b>Příloha č. 5 – Porovnání jednotlivců z evropských států v nakupování zboží online</b>	<b>88</b>

# 1 Úvod

Sílu internetu a jeho důležitou roli pro dnešní moderní dobu poznalo lidstvo především v letech 2020 až 2021, kdy celý svět ohromila pandemie nemoci Covid-19. V tomto období se ukázala významnost stabilního internetové připojení jakožto nedílnou součástí téměř všech domácností a podniků.

V době pandemie bylo velké množství uživatelů, ať ze školství, veřejné správy, zdravotnictví, podniků nuceno využívat informační a komunikační technologie ve větší míře než doposud. Z tohoto důvodu byl kladen větší důraz na vhodný výběr providera internetového připojení nejen v domácnostech, ale i v podnicích a ve veřejném sektoru. Internetové sítě byly v období pandemie často přetížené, nestabilní a v některých případech a oblastech i nedostupné. Nepostradatelnost informačních a komunikačních technologií v domácnostech a v podnicích se ještě více upevnila.

Obyvatelé České republiky více začali využívat internetové technologie k nákupu jídla, oblečení a dalších statků a služeb. Vzrostl zájem o placené online streamovací služby. Společenský kontakt si populace snažila dohnat prostřednictvím komunikace na sociálních sítích. Sociální sítě poskytovali informace o průběhu vývoje pandemie Covid-19 v různých zemích světa.

Společnost se musela velmi rychle přizpůsobit obtížné situaci, proto začal být kladen větší důraz na kvalitu připojení k internetové síti a hardware. Neskutečné možnosti internetu poskytly relativně rychle řešení tížené situace. Najednou bylo potřeba, aby vše bylo možné dělat online. Upravily se výukové osnovy na školách a začalo probíhat vzdělávání formou online výuky. Zaměstnavatelé přizpůsobili pracovní režim a umožnili zaměstnancům práci z domova.

Nikdo neměl nejmenší tušení, kdy se situace uklidní a vrátí do normálního režimu. Celá situace významně poznamenala ekonomiku.

Zásluhou nemoci Covid-19 v dnešní době lze velké množství práv a povinností zařídit online z pohodlí domova. Práce z domova se rozšířila a stala se běžným standardem.

## 2 Cíl práce a metodika

### 2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je zjistit, jak pandemie Covid-19 ovlivnila chování uživatelů na internetu dle generací v České republice. Pro identifikaci dopadů pandemie Covid-19 je zpracované vlastní dotazníkové šetření, které je následně vyhodnoceno v tabulkách a grafech. Na základě získaných dat z Českého statistického úřadu a dat z Eurostatu jsou zhodnoceny dopady na celkovou populaci v České republice, ve státech Evropské unie a dalších evropských zemích.

#### Hypotézy

1. Během pandemie uživatelé začali využívat streamovací služby.

V průběhu pandemie trávili uživatelé většinu svého volného času ve svých domovech, kdy při sledování seriálů a filmů si krátili dlouhé dny v karanténách.

2. Generace Z a generace Millennials získávaly většinu informací o průběhu pandemie a vládních opatřeních na sociálních sítích, zejména na Instagramu.

Během pandemie mladší generace sledovali známé influencery i politiky, aby jim zprostředkovali na sociálních sítích snadněji nepřehledná vládní nařízení.

3. Po pandemii více jednotlivců nakupuje potraviny a zboží online.

Jednotlivci si zvykli na snazší a pohodlnější nákupy z domova a zároveň se v České republice zvýšil počet nabízených rozvozů potravin.

4. Studenti během pandemie byli nespokojeni s online výukou.

Studenti nebyli zvyklí na studium pouze v domácím prostředí, chyběl jim lidský kontakt. Ztráceli motivaci ke studiu a nedokázali se pořádně soustředit na výuku.

5. Generace Z ze všech ostatních sledovaných generací během pandemie trávila čas hraním online her.

Nejmladší generace si chybějící lidský kontakt od spolužáků vynahrazovala setkáváním při hraní online her.

## **2.2 Metodika**

Diplomová práce je rozdělena na teoretickou a analytickou část. V teoretické části jsou zmíněny důležité odborné pojmy pojednávající o internetu, jeho historii, typech připojení a výhledu do jeho budoucnosti. Následně pomocí odborné literatury a vybraných internetových zdrojů je zpracován vývoj a průběh pandemie Covid-19, charakteristika generací, sociálních sítí, streamovacích službách a online nakupování.

V analytické části jsou zpracována zdrojová data z Českého statistického úřadu, Eurostatu a vlastního dotazníkového šetření. Výsledná data jsou analyzována a přehledně zpracována do tabulek a grafů. Na závěr analytické části jsou zjištěné poznatky identifikovány a prezentovány.

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Internet

Definicí internetu je velké množství. Internet se dá označit jako tzv. síť sítí prostřednictvím které, počítače, mobilní zařízení a další elektronika (televize, ledničky, pračky a další) spolu navzájem mohou komunikovat pomocí standardizovaných protokolů TCP/IP. Jiří Peterka označuje internet jako „*rozsáhlou globální otevřenou informační počítačovou meta síť*“ (PETERKA, 2015).

*„Internet, který je dnes již všudypřítomný, není jen moderním nástrojem pro zpracování informací, ale i mediálním středem celosvětové komunikace“* (NAUMANN, 2009, s. 345).

#### 3.1.1 Historie internetu

Vše začalo v říjnu roku 1957 po vypuštění sovětského Sputniku 1, kdy byla založena Ministerstvem obrany USA organizace ARPA, jejímž úkolem bylo shromažďování veškerých dostupných informací potřebných pro ochranu země. Smyslem bylo využívání již existujících informací bez omezení a tím zesílit schopnost obrany země. Byly propojeny vzájemně počítače z vědeckých zařízení v rámci celého USA.

V roce 1962 v ARPA byla vytvořena tzv. „intergalaktická počítačová síť“, která byla založena na výzkumu sdílení času, počítačové grafiky a zlepšování programovacích jazyků.

Fyzik Donald Watts Davis přišel s nápadem digitální sítě, prostřednictvím které je možné posílat zprávy. Zprávy se shromažďovaly do krátkých bloků tzv. balíků. Jeho myšlenkou bylo vytvořit veřejnou a pro všechny dostupnou komunikační síť.

V roce 1965 se podařilo v USA spojit dva vzdálenější počítače k předávání zpráv. Následně byl vytvořen experimentální počítačový systém s označením ARPANet, který pro komunikaci využíval zařízení IMP. Jedná se o řídicí počítač, který komunikoval s jiným řídicím počítačem prostřednictvím protokolu NTP. Zpráva odesílajícího IMP byla rozdělena na části do více paketů. Každý paket obsahoval informaci o odesílateli a příjemci. Celá zpráva z jednotlivých paketů byla poskládána až u příjemce.

Součástí sítě ARPANet byly v roce 1969 čtyři stanoviště z různých oblastí USA, které byly poprvé propojeny v říjnu téhož roku. Jednalo se o nejdůležitější centra výzkumu ministerstva obrany – Kalifornská univerzita v Los Angeles, Stanford Research Institute (SRI) v Menlo Park, Kalifornská univerzita v Santa Barbara a Utažská univerzita v Salt Lake

City. Postupně se přidávaly do sítě další uzly a počítače. Počáteční provoz se neobešel bez problémů na síti, a dokonce docházelo i ke ztrátě odesílaných zpráv. Později byla zřízena speciální organizace NWG pro řešení technologických úskalí. Síť ARPANet využívala pro komunikaci TELNET a protokol FTP. TELNET umožňoval řídit jiný počítač přes síťové spojení. Pro přenos dat a pro vzdálenou komunikaci mezi jednotlivými počítači se používal protokol FTP, který byl následně nahrazen kombinací protokolů TCP/IP. Od počátku vzniku protokolu TCP/IP vzešel internet, jak ho v podstatě známe v dnešní době.

Již v roce 1982 bylo do mezinárodní sítě internet připojeno patnáct samostatných sítí/systémů, které pro přenos dat mezi sebou využívali protokol TCP/IP. Počet zapojených sítí do internetu prudce rostl. O čtyři roky jich bylo více než 400 sítí a v roce 2011 už přes 35 000 sítí. S rostoucím počtem nově připojených sítí rostl i počet připojených uživatelů.

Tim Berners-Lee vytvořil roku 1990 návrh sítě World Wide Web v Evropské laboratoři jaderné fyziky v Ženevě (CERN). Data a informace byly publikovány pomocí značkovacího jazyka HTML a následně byly přenášeny přes internetový protokol HTTP. Použití hypertextu umožňovalo jednoduše odkazovat z jednoho dokumentu na druhý. Pro přístup k dokumentům ze vzdálených serverů byl použit program tzv. browser, který umožňoval uživatelům na serveru hledat, vyvolávat a vyhotovovat dokumenty. (NAUMANN, 2009)

### **3.1.2 Vznik internetu v České republice**

Do roku 1989 bránily naší zemi politické poměry k zapojení do významných celosvětových sítí. Mezi první počítačové sítě patřila síť FIDO, která se u nás objevila v březnu roku 1990. Je to mezinárodní síť propojující stanice BBS a nemá vysoké nároky na infrastrukturu. Využívala se zejména pro přenos elektronické pošty a souborů dávkovým způsobem skrze telefonické spojení. Následně se v květnu téhož roku do Československa dostává síť EUnet, která propojuje počítače s operačním systémem UNIX. V říjnu 1990 se Československo připojuje k síti EARN, která pro přenos využívá trvalé spojení po pevných obvodech. První uzel se stal střediskový počítač IBM 4381 na Oblastním výpočetním centru ČVUT Praha. V rámci sítě EARN probíhal dávkový přenos elektronické pošty a souborů. (NAUMANN, 2009)

První připojení Československa do internetu se váže k listopadu roku 1991, kdy nejprve probíhalo vytáčené připojení z pražského uzlu na uzel v rakouském Linci.

Následně byla využita pevná linka, která byla rozdělena na dvě poloviny. Jedna polovina byla na přenos v rámci sítě EARN a druhá na provoz internetu. (NAUMANN, 2009)

Oficiální slavnostní připojení k páteční síti NSFNET Československé republiky se datuje ke 13. únoru 1992. Téhož roku Ministerstvo školství získalo finance na vyvinutí národní páteční sítě CESNET, jejíž cílem bylo propojit univerzity s Akademií věd ČR. V České republice byl zatím internet dostupný pouze pro akademické účely. Během roku 1994 byl internet dostupný i pro komerční účely, avšak nákladné přípojky omezovali rychlé rozšíření. Během dalších let se postupně stával internet více dostupnější i pro širší populaci. (VÁCLAVÍK, 2017)

### **3.1.3 Využití internetu v domácnostech**

Z údajů Českého statistického úřadu ohledně využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech lze usoudit, že v dnešní době převážná většina uživatelů měla přístup k internetu. Pro připojení k internetu u českých domácností převládají více přenosná zařízení (notebooky, tablety, mobilní telefony). (ČSÚ, 2023)

#### **Online výuka**

Pandemie Covid-19 měla značný vliv na průběh výuky v českých školách. Dnešní školství, jeho obsah a vzdělávání se musela přizpůsobit obtížné situaci. Dopady pandemie na vzdělávání formou online výuky ukazuje výzkum společnosti Nielsen Admosphere zpracovaný na konci dubna 2021. Průzkum probíhal online metodou sběru dat u 1 011 respondentů (rodičů žáků a studentů) ve věkovém rozmezí 6 až 19 let. Výsledky průzkumu ukázaly značné mezery ve vzdělanosti studentů způsobené online výukou z důvodu pandemie. Více než polovina rodičů (65 %) si myslí, že jejich potomek se během online výuky naučil mnohem méně, než je obvyklé v prezenčním režimu. Téměř polovina rodičů (56 %) se domnívá, že online výuka bude mít špatný vliv na pokračující studium v budoucnu. Objevuje se zde i skupina rodičů (20 %), kteří se domnívají, že online výuka jejich potomkovi vyhovovala. Uváděné důvody byly pohodlí domova, pozdější vstávání a žádné dojíždění. Distanční forma vzdělávání sebou nesla velké množství problémů, nejen s připojením, ale také s udržením pozornosti a pochopení látky. (ZORMANOVÁ, 2021)

## **Práce z domova**

Během pandemie onemocnění Covid-19 60 % společností dalo možnost svým zaměstnancům částečně vykonávat práci z domova. Komunikace probíhala prostřednictvím online platformy a vzdálených přístupů do intranetu společnosti. Po ukončení protiepidemických opatření mohla část zaměstnanců nadále využívat práci z domova. Onemocnění Covid-19 způsobilo, že práce z domova je již ve společnosti standardem. (CIESLAR, 2022)

## **Zpravodajství**

Dobrá dostupnost a rozšíření internetu způsobilo, že jako primární zdroje pro vyhledávání informací využívá stále více webové stránky velké množství obyvatelstva. V době pandemie onemocnění Covid-19 webové stránky patřily k významným zdrojům pro získání informací o nové nemoci a aktuální situaci nejen na území České republiky. (ČSÚ, 2023)

## **YouTube**

V únoru 2005 Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim založili platformu s názvem YouTube. (DREDGE, 2016) Uživatelé internetu ji využívají ke sledování různých videí, filmů, spotů, a i ke sdílení obsahu. YouTube se řadí k aplikacím, které jsou hojně vyhledávaným za účelem získání zábavy. Webové stránky platformy YouTube se staly velmi rychle oblíbené mezi uživateli po celém světě a svoji popularitu si stále drží. Platforma nabízí obrovské množství sdíleného obsahu na různých kanálech. (BURGESS, 2018)

## **Online hry**

S příchodem pandemie Covid-19 vzrostlo vyhledávání online videoher, které poskytovaly zábavu, relaxaci během sociální izolace. Během prvotních měsíců pandemie výrazně vzrostl čas strávený hraní her nejen u příležitostných, ale i soutěžních hráčů. (CAMPO, 2023) Hraní her na začátku pandemie a sociálního distancování pro generace Z a Millennials představovalo snadný způsob trávení volného času. (CLEMENT, 2024)

## **E-mail**

Elektronická pošta nebo e-mail spočívá v elektronické komunikaci mezi odesílatelem a příjemcem zprávy. Každý uživatel si vytvoří svůj vlastní účet u nějakého



poskytovatele služby a tím získá elektronickou schránku. Elektronická pošta celkově komunikaci značně zrychluje a usnadňuje. Z velké části nahradila klasické dopisy. Komunikace prostřednictvím e-mailu nabízí velké množství možností práce se zprávami. Počet uživatelů elektronické pošty každý rok roste, ale růst není již tak výrazný jako v minulých letech. Mezi nejpoužívanější bezplatné schránky patří Seznam.cz, Gmail.com (Google.com), Centrum.cz, Volný.cz a Outlook.com (Microsoft.com). (ČSÚ, 2023)

#### **3.1.4 Typy připojení k internetu**

Uživatelé internetu si v současné době můžou vybrat z různých možností připojení k internetu od providerů internetových služeb. S rostoucím tempem nových technologií jsou i větší požadavky na rychlost připojení k internetu. V minulosti obsah na webových stránkách byl zobrazen pouze jako text v různých barvách. V současné době webové stránky obsahují Flash animace, online hraní, streamování videí a elektronický obchod, které jsou náročnější na rychlost připojení. (BEAL, 2021)

##### **Kabelové připojení**

Kabelové připojení patří k běžnějším a mnohem dostupnějším typům připojení. Pro připojení je zapotřebí mít v dosahu kabelové rozvody a musí být dotažené až do budovy, kde je pak vytvořena přípojka. Připojení probíhá přes kabel a kabelový modem. Přednosti tohoto připojení je celkem stabilní vysoká rychlost v obou směrech. Mezi nevýhody lze řadit výkyvy rychlosti v případě připojení početnějšího množství uživatelů internetu. (ANDERS, 2023)

##### **Pevné ADSL připojení**

ADSL je asymetrická digitální linka, která oproti klasickému vytáčenému připojení nabízí mnohem vyšší rychlosti připojení. Celkově kvalita připojení prostřednictvím pevného ADSL je značně stálejší oproti Wi-Fi nebo mobilnímu internetu. Obdobně jako je tomu u kabelového připojení, nemá vliv na kvalitu přenosu nepříznivé počasí. (BEAL, 2021)

##### **Bezdrátový internet 4G/5G LTE**

Bezdrátový internet je založen na využívání optických kabelů. Technologie 5G, která byla spuštěna v roce 2019, nabízí větší frekvenční vlny, a i větší šířku pásma pro přenos dat. Pátá generace mobilních sítí technicky navazuje na standard 4G LTE technologii. Značným

kladem této technologie znatelné zrychlení přenosové doby a současně zmenšení odezvy ve srovnání s 4G technologií. Technologie 5G využívá optické kabely intenzivněji, a to přináší nižší latence při přenosu dat a rychlejší přenos dat ve srovnání s jejím předchůdcem. (PHIPPS, 2021)

### **Bezdrátové Wi-Fi připojení od místních providerů**

Bezdrátové Wi-Fi připojení je založeno na šíření internetového signálu, který vysílá centrální vysílač směrem anténě zákazníka často umístěné na střeše domu. Následně kabel z antény je dotažen do domácího Wi-Fi routeru případně rovnou do počítače. Kvalitu signálu ovlivňuje nevlídné počasí a dobrá viditelnost mezi jednotlivými komponentami (anténou a centrálním vysílačem). V některých případech může být kvalita přenášeného signálu snižována jinou sítí. (BEAL, 2021)

### **Mobilní připojení**

Mobilní připojení patří k další možnosti bezdrátového širokopásmého připojení, které k připojení využívá rádiová frekvenční pásma. Mobilní připojení umožňuje připojení k internetu kdekoliv, a tak je možné být neustále online za předpokladu, že se geograficky nachází v pokryté oblasti. (BEAL, 2021)

### **3.1.5 Budoucnost internetu**

Internetové technologie se vyvíjejí neskutečně rychle, že je složité předpovědět, jak by mohl internet vypadat v budoucnosti. Dá se očekávat, že vývoj nových technologií ovlivní ekonomiku a celkově i společnost. Budoucí život online bude decentralizovanější a jednotlivé digitální činnosti budou propojeny s virtuálními a fyzickými světy, kde vzniknou realistické a emociální pocity. Jednotliví uživatelé internetu, školy, zaměstnavatelé budou mít vlastní virtuální světy, kde bude možné se s ostatními scházet, aby mohli společně dělat různé aktivity virtuálně. Metaverzum, které představuje všechny virtuální sdílené prostředí, kde bude možné skrze avatara procházet mezi jednotlivými aktivitami. Virtuální a rozšířená realita vytvoří mnohem realističtější a zajímavější internet. (MARR, 2023)

Společnosti vyvíjí pokročilý hardware, jako jsou brýle pro virtuální realitu a chytré brýle, které je možné běžně nosit venku, a tak být stále v interakci s reálným světem. Rozšířená realita pomocí chytrých brýlí se postupně zapojuje do běžného života a umožní vyobrazovat digitální obrázky přímo před očima. Společnost Mojo Vision navrhuje

kontaktní čočky určené pro rozšířenou realitu, ve kterých je mikro-LED display. Prostřednictvím čoček nositel může zaznamenat informace nejen o počasí, textové zprávy a další informace o AR světa kolem něj. (MARR, 2023)

Společnosti Neurable, Meta a projekt Neuralink Elona Muska již vyvíjí neurální VR, která spočívá ve spojení mozku přímo s internetem. Rozhraní mozek-počítač (BCI) je přímo napojen na technologii virtuální reality. (MARR, 2023)

### **3.2 Pandemie Covid-19**

Na konci roku 2019 v Čínské lidové republice bylo zaznamenáno šíření onemocnění virového původu, které svými projevy bylo podobné zápalu plic. Oficiální začátek pandemie onemocnění Covid-19 byl určen Světovou zdravotnickou organizací na den 8. prosince 2019, kdy bylo v čínském městě Wu-chanu potvrzeno 41 případů nákazy. Na začátku ledna bylo zaznamenáno první úmrtí na onemocnění Covid-19 a také byla potvrzena první nákaza mimo území Čínské lidové republiky, a to na Tchaj-wanu a v Japonsku. Ve Wu-chanu docházelo strmému nárůstu počtu potvrzených nálezů a tak 23. ledna bylo město uzavřeno pro příjezd a výjezd obyvatelstva. Toto opatření bylo v následujících dnech rozšířeno i na další čínská města.

Prvním případem nákazy v Evropě byl zaznamenán ve Francii, jednalo se osobu z Čínské lidové republiky, která předtím navštívila město Wu-chan. Na konci ledna začíná docházet k prvním omezením letecké dopravy, kdy některé země přestaly přijímat lety z Číny. V průběhu února bylo v Evropě nejvíce nakažených v Itálii, a to zejména v Lombardii a Benátsku. S rostoucím počtem nakažených v této oblasti byl vyhlášen 8. března 2020 lockdown a o den později byl italskou vládou vyhlášen celonárodní lockdown, který omezoval volnočasové aktivity obyvatelstva. Ke konci března došlo v celé Itálii k přísnění opatření a byly uzavřeny veškeré služby.

V České republice byla poprvé nemoc zaregistrovaná 1. března roku 2020. Ve čtvrtek 12. března byl vyhlášen první celorepublikový lockdown. Následně o 10 dní později bylo zaznamenáno první úmrtí na území České republiky. V pátek 13. března byla zavedena povinná 14denní karanténa po všechny, kteří se vrátili ze zahraničí a také dochází k uzavření státních hranic. Od soboty 16. března bylo vyhlášeno uzavření většiny obchodů a služeb.

Na území České republiky bylo vyhlášeno v letech 2020 až 2021 celkem 5 nouzových stavů. První nouzový stav trval od poloviny března do poloviny května 2020 a byl vyhlášen

z důvodu prvních případů nákazy a poslední nouzový stav byl vyhlášen na 30 dní na konci listopadu v roce 2021.

V rámci opatření se snahou zamezit šíření onemocnění Covid-19 byla zavedena tato dílčí opatření: omezení volného pohybu osob; ochrana dýchacích cest; omezení provozu maloobchodu, pohostinství a ostatních služeb; omezená prezenční výuka na školách; doporučení práce na dálku a očkování. (SLABÁ, 2022)

V České republice od začátku pandemie roku 2020 do konce březnu roku 2024 bylo potvrzeno 4 759 092 případů onemocnění Covid-19. (KOMENDA, 2024)

V roce 2021 Covid-19 usmrtil celkem 25,5 tis. obyvatel České republiky a v roce 2021 se Covid-19 stal nejčastější příčinou smrti. (ČSÚ, 2023)

Covid-19 je infekční onemocnění způsobené novým koronavirem. Obecně koronaviry vyvolávají onemocnění respiračního a trávicího traktu u lidí, ale také u savců a ptáků.

Virusem, který způsobuje onemocnění Covid-19, se mohou lidé nakazit vdechováním infekčním kapének obsahující virus od infikovaných lidí. Kapénky obvykle vznikají během kýchání, mluvení nebo dýchání. Virus se může rovněž rozšiřovat kontaktem s kontaminovanými povrchy a následným dotykem úst, nosu anebo očí. Doba infekčnosti pacientů s Covid-19 se liší v závislosti na stavu očkování a na variantě viru, kterou pacient dostal. Mezi hlavní příznaky onemocnění Covid-19 patří zvýšená teplota nebo horečka, kašel, ztráta čichu/chuti a obtíže s dýcháním. (MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2023)

### **3.3 Generace**

Pojem generace vychází z řeckého slova *genos*, což znamená rod. Jedná se o obrovskou sociálně diferencovanou skupinu osob, které jsou spojeni v dobově podmíněným stylem jednání a myšlení. Každá generace je ovlivňována kulturními, socioekonomickými a politickými událostmi dané doby a proto lidé, kteří se narodili ve stejné generaci, vykazují podobné znaky v chování. (NEŠPOR, 2020)

V následujících kapitolách jsou stručně popsány zástupci generací (Generace Baby boomers, Generace X, Generace Y a Generace Z), kteří se zúčastnili výzkumu v této diplomové práci.

### 3.3.1 Generace Baby boomers

Do této generace se řadí lidé, kteří se narodili v období mezi roky 1946 až 1964. Zejména ve Spojených státech amerických je tato generace známá pod názvem „*sendvičová generace*“, protože tato generace se musí starat a zaopatřovat své staré rodiče, ale zároveň jsou na ní závislé nezaopatřené děti, kteří studují na univerzitách. (PIERRET, 2006)

V roce 2020 tato generace zaujímala 20 % pracující světové populace. Na rozdíl o předešlé generace (*Silent Generation* 1928–1945), zažívali vyšší ekonomickou prosperitu díky vyššímu vzdělání, státním dotacím a technologickému pokroku. Jsou první generací, která odmítla tradiční hodnoty a přijala společenské změny. Baby boomers rádi soutěží se svými vrstevníky. Jsou první generací, která propadla workoholismu. Poválečná generace vždy považovala úspěch v zaměstnání za vstupenku k dalšímu životnímu úspěchu, i když tento úspěch narušil jejich rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem. Baby boomers byli svědky zrodu rock and rollu, hnutí za občanská práva a prvních letů do vesmíru. Jsou nejbohatší generací v dějinách. Baby boomers jsou obzvláště loajální generací a budou poslední, kdo ocení práci pro jednoho zaměstnavatele po celou kariéru. Baby boomers jsou často v organizacích odborníci, od kterých se učí zaměstnanci z jiných generací. Motivuje je možnost podělit se o své odborné znalosti s ostatními pracovníky. Z generace Baby boomers je mnoho vrcholových manažerů a vedoucích pracovníků. (BERGDAHL, 2018)

V zaměstnání mají velký odpor ke změnám a bojí se o svojí pozici, že budou nahrazeni mladšími kolegy. (NIEMCZYNOWICZ, 2023)

### 3.3.2 Generace X

Do generace X se řadí lidé, kteří se narodili v období mezi roky 1965 až 1981. V České republice se tato generace spíše nazývá termínem *Husákovy děti*. Tato generace se vyznačuje pesimistickým pohledem na svět, což je přičítáno tím, že v mládí byli ovlivněni problémy spojené se stavem světové ekonomiky v sedmdesátých letech. Životy této generace ovlivnila i válka ve Vietnamu, pád Berlínské zdi a konec studené války.

Ve srovnání s předchozími generacemi je generace X otevřenější k rozmanitosti a naučili se přijímat odlišnosti, jako je náboženství, sexuální orientace, pohlaví, třída, zdravotní postižení, věk, rasa a etnický původ. Na rozdíl od generace Baby boomers nežije generace X proto, aby pracovala, ale proto, aby žila.

Příslušníci generace X jsou ambiciózní a rádi se učí novým dovednostem a rádi dosahují svých vlastních cílů. Přestože jsou nejvzdělanější generací, stále se potýkají s vysokou nezaměstnaností. Zdá se, že společným jmenovatelem této neustále technologicky propojené generace je strach z promeškání tzv. FOMO. (BERGDAHL, 2018)

Tato generace z pohledu trhu práce je typická tím, že jsou v zaměstnáních méně loajální vůči zaměstnavateli a také si nepotrpí na formality. Oproti předchozí generaci Baby boomers jsou méně ochotni pracovat přesčas, ale mají většího podnikatelského ducha a odvahu. (BEJTKOVSKÝ, 2018)

V zaměstnání je pro ně důležitá svoboda v rozhodování a řízení. Mají velký zájem o kariéerní rozvoj a zúčastňovat se různých vzdělávacích kurzů. (NIEMCZYNOWICZ, 2023)

### 3.3.3 Generace Y

Do Generace Y se řadí jedinci, kteří se narodili mezi lety 1982 až 1995 (v některých publikacích je uváděn až rok 1997). Tato generace má mnoho označení, nejčastěji je nazývána *Millennials* či *Net Generation*.

Zástupci generace Y si cení své rodiny a osobních vazeb. V životě hledají opravdové přátele na celý život. Hlavními hodnotami této generace je sociální spravedlnost, tolerance a životní rovnováha mezi pracovním a soukromým životem. (BERGDAHL, 2018)

Generace Y byla formována technologickou revolucí, která se odehrála během jejich života. Tráví mnoho času na sociálních sítích, kde rádi komunikují online se svými přáteli a také se věnují blogování, sdílením fotografií a videí. Generace Y sdílí strach z promeškání *FOMO* s generací X, takže jsou neustále online připojeni.

Jedním nejzásadnějším tématem této generace jsou vysoké náklady a ekonomická nejistota. Dlouhodobě se obávají, že nebudou schopni pokrýt stále zvyšující se náklady. Právě finanční ohodnocení je pro tuto generaci hlavním důvodem, proč opouští svá zaměstnání. Zástupci generace Y vyhledávají různorodou práci, která musí být zajímavá a v souladu s jejich zájmy. Od svých zaměstnavatelů požadují častou zpětnou vazbu a chtějí se neustále vzdělávat. (NIEMCZYNOWICZ, 2023)

Také v zaměstnání oceňují možnosti vzdělání a rozvoje, flexibilní pracovní dobu, možnost pracovat online z různých částí světa a také dávají přednost práci pro sociálně odpovědného zaměstnavatele, který sdílí jejich hodnoty. Například o od zaměstnavatele požadují zodpovědnost vůči životnímu prostředí, aby podnikal kroky v boji proti klimatické změně. (NIEMCZYNOWICZ, 2023)

### 3.3.4 Generace Z

Do generace Z jsou považováni lidé narození v letech 1996 až 2012. V některých publikacích je uvedeno, že do generace patří až lidé narození po roku 2000. Tato generace je známá také pod názvy *Gen Z*, *Net Generation*, *iGeneration*.

Generace Z je první generací, která vyrostla v éře chytrých telefonů. Pro generaci Z je vlastnictví a používání chytrého telefonu od útlého věku zcela normální. Vyrůstali ve světě teroristických činů, strachu a nejistoty. Velká recese způsobila slabou ekonomiku a nedostatek pracovních míst, což postihlo jejich rodiče. (BERGDAHL, 2018)

V dnešní době se jedná o nejvíce vzdělanou a sofistikovanou generaci. Zároveň představují nejvíce individuální generaci, která má problém s týmovou prací. V práci mají problém s komunikací tváří v tvář a raději volí komunikaci online. Mají velký problém s udržení koncentrace na daný úkol. V práci oceňují mentoring. Zástupci generace Z jsou mobilnější než generace Y a také více očekávají od zaměstnavatele flexibilitu.

Generace Z si cení nezávislosti a otevřenosti vůči změnám, protože život, který vedou se pohybuje velmi rychle a neustále jsou konfrontováni novými informacemi. (NIEMCZYNOWICZ, 2023)

Důležitým tématem pro generaci Z je duševní zdraví. Jsou první generací zejména v Evropě, která méně inklinuje k diskriminaci lidí, kteří trpí duševním onemocněním. Dalším důležitým tématem pro tuto generaci je životní prostředí a politická a ekonomická nestabilita. (MCKINSEY & COMPANY, 2023)

### 3.3.5 Trávení volného času podle generací

Podle mezinárodního výzkumu společnosti Newzoo je hraní počítačových her a videoher nejoblíbenější volnočasovou aktivitou generace Z. Zástupci generace Z tráví hraním počítačových her čtvrtinu svého volného času, což je více než tráví na sociálních sítích. Podle tohoto výzkumu tráví na sociálních sítích 18 % svého volného času. U předešlé generace Millennials zaujímají videohry ve volném čase 21 % a na sociálních sítích tato generace tráví 18 % svého volného času. U starších generací je nejoblíbenější činností sledování televize. U generace X se jedná o 24 % volného času a u generace Baby boomers je to až 35 % volného času. Generace X tráví s hraním počítačových her 18 % a u generace Baby boomers je to pouze 10 %. Dle výzkumu společnosti Newzoo na sociálních sítích generace X tráví 14 % a generace Baby boomers pouze 8 %. (WARC, 2021)

Obecně u generací je třeba vzít v úvahu, že v každé generaci existují výjimky. Typické chování pro danou generaci objeví až statistický výzkum. (NIEMCZYNOWICZ, 2023)

## **3.4 Sociální sítě**

### **3.4.1 Facebook**

Facebook (nyní Meta Platforms) je americká sociální síť, která umožňuje mezi uživateli online komunikovat a sdílet multimediální data napříč celým světem. Jedná se o největší sociální síť, která má více jak 2 miliardy aktivních uživatelů.

Facebook byl založen studentem Harvardovy univerzity v oboru programování Markem Zuckerbergem v roce 2004. Původně byl Facebook určen pro studenty Harvardovy univerzity a později se rozšířil mezi ostatní americké univerzity. Už v roce 2008 Facebook překročil hranici 100 milionů na celém světě. Základními principy společnosti Facebook jsou: dát lidem hlas s různými názory; propojení lidí a komunit; bezplatné služby pro všechny; ochrana soukromí a podporovat ekonomické příležitosti. (META, 2022)

### **3.4.2 Instagram**

Instagram je sociální síť, která slouží uživatelům ke sdílení fotografií, videí a také je možné přes tuto sociální síť chatovat s přáteli či komunikovat se svými stávajícími nebo potenciálními klienty. Instagram založil Kevin Systrom a Mike Krieger, ale pod pilotním projektem jménem *Burbn*. Od založení tohoto projektu došlo k mnohým změnám a dne 6. října 2010 se Instagram objevil v obchodě App Store americké společnosti Apple. Později došlo k akvizici se společností Facebook za odhadovanou částku 1 miliardy amerických dolarů. Aplikace byla primárně určena pro mobilní telefon značky iPhone, ale funguje na většině mobilních zařízení s operačním systémem Android. (MANOVICH, 2017)

Instagram má celosvětově více, jak 1,3 miliardy aktivních uživatelů. Nejvíce sledovanou osobností je portugalský fotbalista Cristiano Ronaldo. (DIXON, 2022) V České republice je více, jak 3,6 milionů uživatelů, což je asi 33,5 % z celkové populace. (KEMP, 2022) Nejvíce sledovanou osobností v České republice je fotbalista Petr Čech a MMA zápasník Makhmud Muradov, kteří ale mají hodně sledujících mimo Českou republiku. Jako třetí nejsledovanější osobností je moderátor Leoš Mareš, který má většinu sledujících z České republiky. (ROSULEK, 2022)



V některých zemích je Instagram omezen a v jiných zemích je úplně zablokován. V březnu 2022, necelý měsíc po ruském útoku na Ukrajinu, byl v Ruské federaci zablokován Instagram. Vláda Ruské federace to zdůvodnila tím, že se na Instagramu nachází výzvy k násilí proti ruským vojákům. (ROBINSON, 2022)

### **3.4.3 Twitter (nyní platforma X)**

Twitter je online sociální síť, která uživatelům umožňuje posílat krátké 280 znakové zprávy tzv. tweety a také sledovat tweety ostatních uživatelů. Společnost založil v roce 2006 americký podnikatel Jack Dorsey a už v roce 2011 měla společnost 200 milionů uživatelů. V České republice začal být Twitter dostupný v češtině v srpnu roku 2012. Základními principy společnosti jsou: Svoboda projevu; důvěryhodnost; transparentnost; podpora filantropie; být zábavný a bezplatný. (TWITTER, 2022)

V dubnu roku 2022 koupil společnost Twitter americký miliardář Elon Musk za 44 miliard amerických dolarů, což je zhruba 1 bilion korun. Svoji koupi zdůvodnil tím, že si přeje, aby byl Twitter převeden do soukromého vlastnictví a stal se skutečnou platformou pro svobodné vyjadřování. (DUFFY, 2022)

V červenci v roce 2023 majitel Elon Musk přejmenovat Twitter na X. (THE NEW YORK TIMES, 2023)

### **3.4.4 LinkedIn**

LinkedIn je největší profesní sociální síť na světě, která má v současnosti 774 milionů členů ve více než 200 zemích světa. LinkedIn založil Reid Hoffman v roce 2002 a byl oficiálně spuštěn 5. května 2003. Na konci roku 2016 byla dokončena akvizice s americkou společností Microsoft a tím došlo ke spojení světového leadera v oblasti profesionálního cloudu s největší profesní sítí na světě. (LINKEDIN, 2022)

Uživatelé sociální sítě LinkedIn mají na profilu údaje o svém vzdělání, profesních zkušenostech, jazykovém vybavení, vlastnictví certifikátů a svých zálibách. Uživatelé se propojují s dalšími uživateli (kontakty) a tím vzniká celá provázaná síť kontaktů. Pomocí LinkedIn je možné i potvrdit profesní dovednosti svých bývalých kolegů či spolužáků z univerzity. LinkedIn také patří mezi nejvyužívanější nástroje headhunterů či personalistů. LinkedIn je pro běžné uživatele zadarmo, ale profesionálové (např. headhunteri) platí měsíční poplatek. (KOMLJENOVIC, 2018)

V České republice jsou více, jak 2 miliony uživatelů, což je 23% populace starších 18 let (na LinkedIn se mohou zaregistrovat uživatelé od 18 let). (KEMP, 2022)

### **3.4.5 TikTok**

TikTok je aplikace vytvořená pro chytré mobilní telefony, která umožňuje uživatelům tvořit krátké spoty a snadno je předávat dalším uživatelům i mimo aplikaci. (MLADENOV, 2022) Smyslem této platformy je uživatele podnítit k tvorbě a současně jim dát pocitu štěstí. Světové ústředí mobilní aplikace TikTok, která pochází z Číny, se avšak nachází v Los Angeles a Singapuru. (TIKTOK, 2024).

Jedná se celkem o mladou sociální aplikaci, která ve skutečnosti začala existenci jako tři různé aplikace. První začala v Šanghaji v roce 2014 pod názvem Musical.ly. Následně čínská společnost ByteDance na podzim roku 2016 rozběhla obdobnou aplikaci pod titulem Douyin. V dalších letech společnost ByteDance odkoupila Musical.ly a současně spustila mezinárodní expanzi pod novou značkou. (TIDY, 2020) Douyin i TikTok využívají stejný software. Do ostatních států se dostala až v průběhu roku 2017. Důsledkem velkých restrikcí v Čínské lidové republice vzniklo, že Douyin a TikTok nenabízí totožný obsah. TikTok se během velmi krátké doby stal velice oblíbenou sociální sítí především u mladších generací, zejména u generace Z. TikTok nabízí obrovské potenciál pro komerční využití prezentací společností prostřednictvím krátkých reklamních spotů. (MLADENOV, 2022)

## **3.5 Streamovací platformy**

Streamovací služby umožňují oproti klasickému vysílání přehrávat digitální obsah zpětně. K poskytování této služby je zapotřebí mít kvalitní a stabilní internetové připojení.

### **3.5.1 Netflix**

Netflix je největší a nejvyužívanější placenou streamovací službou na světě, která poskytuje vlastní, ale i licencované tituly. Netflix v České republice byl spuštěn v říjnu roku 2019. Počet aktivních předplatitelů se odhaduje kolem 500 tis. sledujících. (ZELENKA, 2022)

### **3.5.2 HBO Max**

Do České republiky vstoupila streamovací služba s názvem HBO s přídomkem Go, již v roce 2012. V březnu roku 2022 jí nahradila služba HBO Max a došlo k rozšíření

nabídky filmů a seriálů. Dlouhodobě bylo HBO druhou nejoblíbenější platformou hned za Netflixem. Nyní je pravděpodobně mezi diváky oblíbenější Voyo. (ZELENKA, 2022)

### **3.5.3 Voyo**

Voyo je česká streamovací platforma, kterou uvedla na trh TV Nova. Voyo původně sloužilo jako bezplatný archiv pořadů TV Nova a později přešlo na model měsíčního předplatného. Předplatitelé mohou shlédnout pořady až s týdenním předstihem, než poběží v TV. (ZELENKA, 2022)

### **3.5.4 Disney+**

Disney+ vstoupil na český trh až v červnu roku 2022. Disney+ nabízí předplatitelům tituly od Marvelu, National Geographic a Pixaru. V portfoliu nabízí pro dětské publikum klasické Disney pohádky. (CHLEBEK, 2022)

### **3.5.5 Využívání streamovacích služeb v ČR v roce 2023**

Dle Českého statistického úřadu sledovalo pořady na placených streamovacích službách v České republice v roce 2023 35 % osob, což je o 13 p.b. více než o rok dříve a o 20 p.b. více než před dvěma lety. Největší zastoupení sledujících je ve věkové skupině 16-24 let (56 %) a ve věkové skupině 25-34 let, kde streamovací služby sledovalo 51 % osob. Z hlediska vzdělání byl nejvyšší podíl sledujících zaznamenán u vysokoškolsky vzdělaných osob. Placené streamovací služby sledoval každý druhý vysokoškolsky vzdělaný člověk. (ČSÚ, 2023)

## **3.6 Online nakupování**

V posledních pár letech vzrostl zájem o nakupování spotřebního zboží online bez nutnosti navštívit prodejní místo. Největší nárůst vznikl během roku 2020, který souvisí s pandemií nemoci Covid-19. Během koronavirové pandemie došlo k uzavření značného množství kamenných prodejen, z toho důvodu zákazníci byli donuceni využít k nákupům potravin, zboží a dalších statků internetové obchody. Růst nakupování přes internet byl zaznamenán i v dalších letech. Nejméně nakupovali online statky starší generace. (ČSÚ, 2023)

Internetové obchody nenabízí pouze potraviny, ale také oblečení, léky, kosmetiku, elektroniku a další spotřební zboží a služby. V České republice mezi nejčastější statky

nakoupené online patří oblečení, obuv a módní doplňky. (ČSÚ, 2023) Uživatelé internetu pro nákup statků a služeb čím dál více využívají moderní technologie pro snadné a rychlé objednání prostřednictvím chytrých mobilních telefonů. Obrovský převrat v online nakupování přišel s nástupem chytrých telefonů a mobilních aplikací. Mobilní aplikace prodejců poskytují komfortní online nakupování. Online nakupování je součástí každodenního života v současnosti. Zákazníci mohou vybírat ze široké škály produktů, snadno srovnávat ceny mezi jednotlivými prodejci a vše z pohodlí domova. (MONTROYA, 2023) Nabídka dopravy zdarma zvyšuje atraktivnost online nakupování, ale není pravidlem. (BLOOMENTHAL, 2024)

Nejnámější internetové obchody s potravinami jsou Rohlík.cz, Košík.cz, iTesco a další online možnost nakupování od kamenných prodejců (Globus, Billa, Albert). Nakoupené zboží zákazníkovi prodejce dovezu až domu nebo na určené místo. Rohlík.cz existuje na trhu od roku 2014, Košík.cz nabídl rozvoz potravin v roce 2015. (Rohlík.cz, 2024) Ve světě patří k největším online prodejcům Amazon, který pořád roste. (BLOOMENTHAL, 2024)

Významné internetové obchody těchto statků jsou Zalando.cz, Aboutyou.cz, ZOOT.cz a další. Kromě potravin zákazníci nakupují i elektroniku, kde asi nejvíce rozšířený internetový obchod je Alza.cz, Mall.cz, CZC.cz a Datart.cz. (BREJČÁK, 2023)

### **3.7 Evropská unie**

Evropská unie je mezinárodní, politické a ekonomické sdružení států, jejichž hlavní úlohou je zlepšit spolupráci v Evropě. Základními cíli a hodnotami jsou podpora míru a bezpečnosti a dodržování základních práv a svobod. (EVROPSKÁ UNIE, 2024)

Pět let po druhé světové válce, v roce 1950 francouzský ministr zahraničních věcí Robert Schuman přichází s plánem na hlubší spolupráci mezi evropskými státy. Na základě Schumanova plánu podepsalo 6 evropských zemí smlouvu o společném řízení jejich těžby uhlí a výroby oceli. Těmito šesti státy byly Spolková republika Německo, Francouzská republika, Italská republika, Nizozemské království, Belgické království a Lucemburské velkovévodství. Tato smlouva začala platit až v roce 1952.

V březnu roku 1957 podepsalo Belgické království, Francouzská republika, Italská republika, Lucemburské velkovévodství, Spolková republika Německo a Nizozemské království smlouvu o založení Evropského hospodářského společenství. Také byla podepsána smlouva o založení Evropského společenství pro atomovou energii. Smlouvy

začaly platit 1. ledna v roce 1958. Postupně se Evropská unie rozšířila o další státy Evropy, v roce 1973 přichází do Evropské unie Dánské království, Irská republika a Spojené království Velké Británie a Severního Irsku a v roce 1981 přistoupila Řecká republika. V roce 1985 podepsali členské státy tzv. Schengenskou dohodu, ve které se zavázaly k odstranění kontrol na vnitřních hranicích států.

Na začátku roku 1986 vstoupilo do Evropské unie Španělské království a Portugalská republika a v téže roce začaly členské státy vytvářet dokumenty k jednotnému vnitřnímu trhu.

V únoru roku 1992 podepsali ministři zahraničních věcí a ministři financí členských států Evropského společenství v Maastrichtu *Smlouvu o Evropské unii*. Ve smlouvě se poprvé zavádí pojem Evropská unie. Ve smlouvách je i mimo jiné požadavek na vytvoření hospodářské a měnové unie. Na začátku roku 1995 se k Evropské unii připojila Finská republika, Rakouská republika, Švédské království a v roce 1999 se v bezhotovostním styku zavedla společná měna euro. Od 1. ledna roku 2002 se začalo ve 12 členských státech Evropské unie platit eurem. Prvního května roku 2004 se Evropská unie rozšířila o Českou republiku. Společně s Českou republikou vstoupily do Evropské unie státy Visegrádské skupiny (Maďarsko, Polská republika, Slovenská republika), Baltské státy (Estonské republika, Litevská republika, Lotyšská republika) a také Kyperská republika, Maltská republika a Slovinská republika. (MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2024)

V lednu roku 2007 přistoupily do Evropské unie Bulharská republika a Rumunská republika.

A na konci roku, dne 21. prosince 2007 se Česká republika plně zapojila do schengenské spolupráce. V půlnoci na 21. prosince byly zrušeny kontroly na vnitřních hranicích. Dne 30. března roku 2008, na mezinárodních letištích zmizely hraniční kontroly v rámci letů vně rozšířeného Schengenského prostoru. (MACHOTKOVÁ, 2024)

Společně s Českou republikou se rozšířil Schengenský prostor také o Baltské státy, Maďarsko, Maltskou republiku, Polskou republiku, Slovenskou republiku a Slovinskou republiku.

V červenci roku 2013, vstoupila do Evropské unie Chorvatská republika, což je zatím poslední vstupující stát. (MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2024)

V roce 2016 se konalo referendum, ve kterém se britští voliči rozhodli vystoupit z Evropské unie. Oficiálnímu ukončení členství došlo 31. ledna 2020. Po odchodu Spojeného království Velké Británie a Severního Irska tvoří Evropskou unii 27 států. (e15, 2022)

Na začátku roku 2024 se jednalo o těchto 27 států: Belgické království, Bulharská republika, Česká republika, Dánské království, Estonská republika, Finská republika, Francouzská republika, Chorvatská republika, Irská republika, Italská republika, Kyprská republika, Litevská republika, Lotyšská republika, Lucemburské velkovévodství, Maďarsko, Maltská republika, Spolková republika Německo, Nizozemské království, Polská republika, Portugalská republika, Rakouská republika, Rumunská republika, Řecká republika, Slovenská republika, Slovinská republika, Španělské království a Švédské království. (EVROPSKÁ UNIE, 2024)

V budoucnu se očekává rozšíření Evropské unie o další státy. O členství v Evropské unii může požádat evropský stát, který splňuje demokratické hodnoty Evropské unie a je odhodlán je nadále dodržovat. Mezi kandidátskými zeměmi v roce 2023 byly Albánská republika, Bosna Hercegovina, Gruzie, Moldavská republika, Černá Hora, Severní Makedonie, Srbská republika, Turecká republika a Ukrajina. (EVROPSKÁ KOMISE, 2024)

### **3.8 Visegrádská skupina**

Založení Visegrádské skupiny (V4) bylo inspirováno setkáním polského, českého a maďarského krále, které proběhlo již v roce 1335 v maďarské městě Visegrád. Panovníci se na hradu Visegrád dohodli o blízké spolupráci v politických a obchodních otázkách. Tato dohoda ze 14. století inspirovala k založení Visegrádské skupiny.

Do Visegrádské skupiny patří čtyři postkomunistické země ze střední Evropy. Kromě České republiky patří do V4 i Slovenská republika, Maďarsko a Polská republika. Původní název seskupení se nazýval Visegrádská trojka, ale 1.1.1993 došlo k rozdělení Česko a Slovenské federativní republiky, tudíž došlo k nynějšímu názvu Visegrádská čtyřka. Samotné seskupení vzniklo 15. února 1991 a deklaraci podepsal Václav Havel za ČSFR, bývalý premiér Maďarska József Antall a prezident Polské republiky Lech Wałęsa. Politikové podepsali deklaraci blízké spolupráce k jejich cestě k evropské integraci.

V roce 2004, kdy všechny čtyři státy vstoupily do Evropské unie zřetelně vzrostly politické aktivity Visegrádské skupiny se zaměřením na spolupráci v regionu střední Evropy.

Později v rámci programu V4+ začali spolupracovat na základě takzvaného Regionálního partnerství s Rakouskem a Slovinskem. (VISEGRAD GROUP, 2024)

Cílem Visegrádské skupiny je posílení stability v regionu střední Evropy a podporovat sdílení hodnot v oblasti vzdělání, kultury a vědy. (VISEGRAD GROUP, 2024)

## **4 Vlastní práce**

### **4.1 Získávání veřejných dat**

#### **4.1.1 Český statistický úřad**

Český statistický úřad (ČSÚ) je ústřední orgán státní správy České republiky, který byl založen 8. ledna 1969. Ústředí Českého statistického úřadu sídlí v pražských Strašnicích, ale v jednotlivých krajích má své regionální pracoviště. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2022. O ČSÚ Hlavním úkolem ČSÚ je získávání a zpracování údajů, které následně poskytuje státním orgánům, široké veřejnosti a také do zahraničí. ČSÚ jednou za 10 let realizuje Sčítání lidu, domů a bytů, které naposledy proběhlo na jaře v roce 2021 a také má zodpovědnost za zpracování výsledků voleb. ČSÚ se spravuje, jako rozpočtová organizace a je nezávislý na vládě a politických stranách. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2022. O ČSÚ – Státní statistická služba ČR Předsedu, který stojí v čele ČSÚ, jmenuje na návrh vlády prezident republiky. Od března roku 2018 je předsedou ČSÚ Ing. Marek Rojíček, Ph.D. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2022. O ČSÚ – Struktura a vedení úřadu

#### **4.1.2 Eurostat**

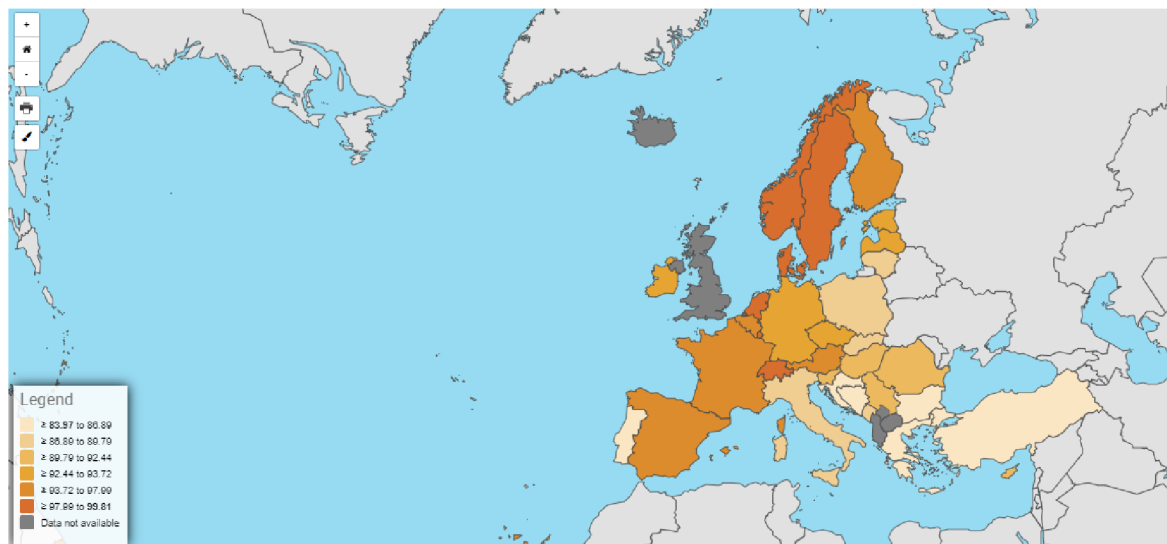
Eurostat je statistický úřad Evropské unie, který byl založen v roce 1953. Jeho sídlo je v hlavním městě Lucemburska v Lucemburku. (EUROSTAT, 2023) Posláním Eurostatu je zpracovávat data na úrovni celé Evropské unie. Eurostat tvoří statistiky ve spolupráci se statistickými úřady členských států Evropské unie. Toto partnerství se nazývá Evropský statistický systém (ESS), který také zahrnuje statistické úřady zemí Evropského hospodářského prostoru (EHP) a Švýcarska. (EUROSTAT, 2023)



## 4.2 Srovnání výsledků výzkumu s daty z Eurostatu

### 4.2.1 Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání internetu

Kartogram 1: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání internetu v roce 2023



Zdroj: vlastní zpracování, Eurostat (2024)

Ukazatel, kolik procent jednotlivců (ve věku 16-74) využilo internet v posledních 12 měsících sleduje Eurostat již od roku 2014. Ve sledovaném období mezi roky 2019 až 2023 je z výše uvedené tabulky patrné, že každým sledovaným rokem využilo více jednotlivců z České republiky internet. Za posledních 12 měsíců ve sledovaném roce využilo 92,75 % občanů České republiky internet. V rámci států Visegrádské skupiny se jednalo o nejvyšší procentuální zastoupení.

V Maďarsku byl vidět také stoupající trend ve využívání internetu občany. V roce 2023 využilo internet celkem 91,8 % Maďarů. Obdobný trend byl i v Polské republice, kde ale došlo k mírnému poklesu o 0,32 p.b. mezi roky 2022 a 2023. V roce 2023 využilo internet 88,11 % Poláků, což byla nejnižší procentuální hodnota z celé Visegrádské skupiny. Zajímavý vývojový trend nastal ve Slovenské republice, kde pravděpodobně ovlivnilo procentuální zastoupení pandemie Covid-19. Mezi roky 2019 a 2020 došlo k nárůstu o 6,1 p.b., ale v dalších následujících letech dochází k mírnému poklesu.

V ukazateli průměru států Evropské unie je vidět každoroční mírný stoupající trend. Pokud porovnáme Českou republiku s průměrem států Evropské unie mezi roky 2019 až 2021, tak zjistíme, že se Česká republika nacházela lehce pod průměrem. V roce 2022 a 2023 měla Česká republika vyšší procentní zastoupení, než byl průměr států Evropské unie.

Mezi státy, kde nejvíce lidé využívali internet bylo Švédské království, Dánské království, Irská republika a Lucemburské velkovévodství. V roce 2023 v Lucemburském velkovévodství využilo internet 99,4 % obyvatel. Naopak nejméně využívali internet v rámci států Evropské unie v Bulharské republice a Chorvatské republice. Je to pravděpodobně zapříčiněno nižší hospodářskou vyspělostí a s tím související nižší kvalitou života místních obyvatel.

V rámci Evropských států, které nejsou v Evropské unii vykazovaly nejvyšší hodnoty Island a Norské království, kde v roce 2023 využilo internet 99,81 % Norů, což se jednalo o nejvyšší procentuální hodnotu napříč celou Evropou a zároveň ve všech sledovaných letech. Naopak nejnižší procentuální zastoupení měla Bosna Hercegovina, Albánská republika a Turecká republika. U těchto států nebyly dostupné všechna data za jednotlivé roky, tudíž nebylo možné je mezi sebou detailně porovnat.

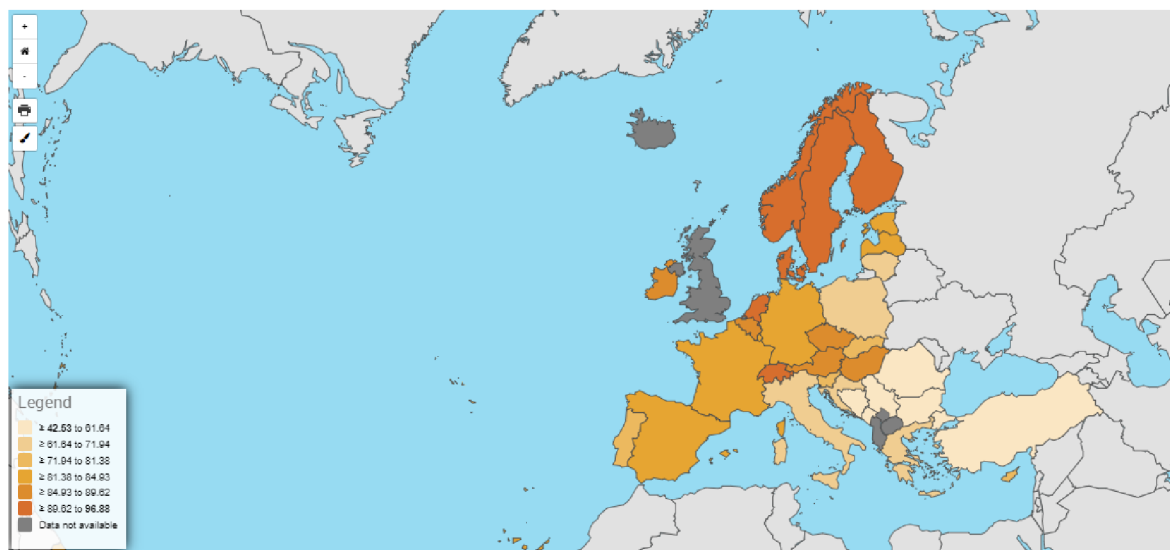
Tabulka 1: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání internetu

	Před pandemií		Během pandemie		Po pandemii	
	2019	2020	2021	2022	2023	
Česká republika	87,52	89,00	89,94	91,62	92,75	
Maďarsko	82,72	86,10	89,13	89,70	91,80	
Polská republika	82,06	84,83	86,88	88,43	88,11	
Slovenská republika	85,08	91,18	90,17	90,19	89,10	
EU 27 (EU 28 -2019)	88,46	89,10	90,21	91,09	92,36	
Stát s největším % zastoupením (EU)	97,73 (Švédsko)	98,82 (Dánsko)	99,23 (Irská rep.)	98,36 (Lucembursko)	99,40 (Lucembursko)	
Stát s nejmenším % zastoupením (EU)	70,58 (Bulharská rep.)	74,27 (Bulharská rep.)	78,22 (Bulharská rep.)	82,92 (Chorvatská rep.)	83,97 (Bulharská rep.)	
Stát s největším % zastoupením (mimo EU)	99,20 (Island)	99,47 (Island)	99,50 (Island, Norsko)	99,78 (Norsko)	99,81 (Norsko)	
Stát s nejmenším % zastoupením (mimo EU)	70,89 (Bosna a Hercegovina)	73,93 (Albánská rep.)	76,67 (Bosna a Hercegovina)	84,19 (Turecká rep.)	84,01 (Bosna a Hercegovina)	

Zdroj: vlastní zpracování, Eurostat (2024)

#### 4.2.2 Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání emailu

Kartogram 2: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání emailu v roce 2023



Zdroj: vlastní zpracování, Eurostat (2024)

Ukazatel „*Jednotlivci používající internet k odesílání/přijímání e-mailů*“ (v originále „*Individuals using the internet for sending/receiving e-mails*“) sleduje Eurostat již od roku 2012 a poslední data jsou evidovaná za rok 2023.

Z dat z Eurostatu bylo patrné, že občané České republiky využívali email každým rokem více. Ve vzrůstajícím trendu, ale nebyly žádné velké výkyvy. Ze všech států Visegradské skupiny používali občané České republiky email nejvíce a také byli nad průměrem států v Evropské unii. V Maďarsku byl také patrný vzrůstající trend a byl také evidentní nárůst během pandemie Covid-19.

Nejméně ze států Visegradské skupiny používali email (k přijímání/odesílání emailů) občané Polské republiky a jednalo se také i o podprůměrné hodnoty v rámci Evropské unie. Na Slovensku byl zřetelný nárůst v roce 2020, kdy začala pandemie a poté docházelo k poklesu používání emailu.

V rámci států Evropské unie v období 2019–2023 nejvíce využívali email občané Dánského království a Nizozemí. V roce 2023 přijímalo/odesílalo emaily 96,88 % Nizozemců, což bylo nejvyšší procentuální zastoupení v rámci celé Evropy. Nejnižších hodnot v rámci Evropské unie měla Bulharská a Rumunská republika.

Mezi evropskými státy, které nebyly v Evropské unii nejvíce využívali email občané Islandu a Norského království. Naopak nejnižší hodnoty sledovaného jevu byly v Albánské republice a Turecké republice (v roce 2023 Albánská republika neposkytla Eurostatu data). V Albánské republice v roce 2019 používalo internet pouze 22,27 % občanů.

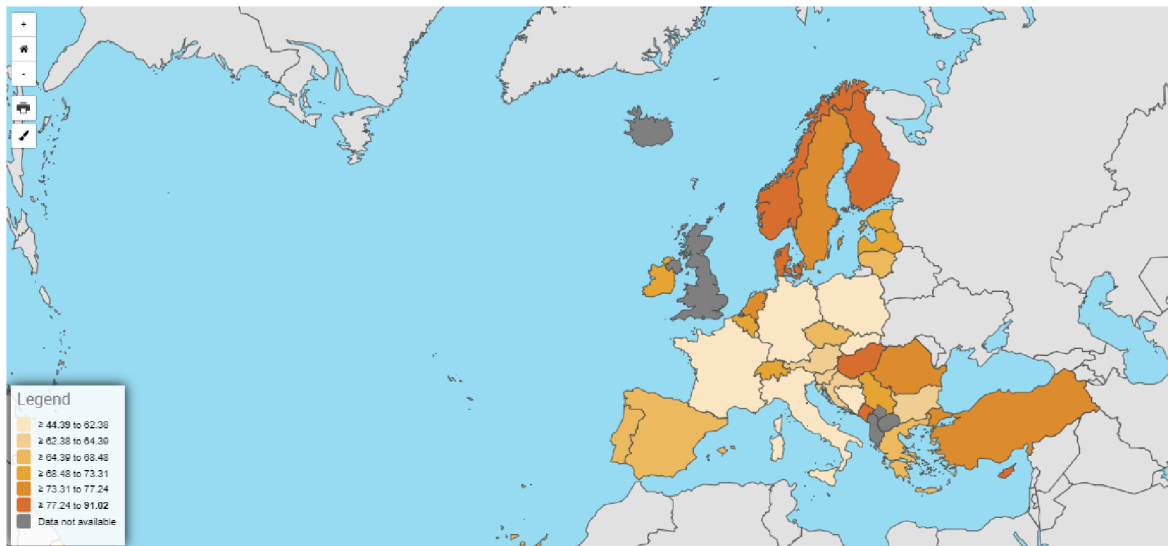
Tabulka 2: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání emailu

	Před pandemií		Během pandemie		Po pandemii	
	2019	2020	2021	2022	2023	
Česká republika	82,29	83,19	84,72	85,85	87,57	
Maďarsko	72,01	74,59	80,78	81,31	85,03	
Polská republika	64,82	65,86	68,34	69,25	66,94	
Slovenská republika	70,95	76,16	73,54	76,76	74,63	
EU 27 (EU 28)	73,17	74,84	75,95	76,93	78,70	
Stát s největším % zastoupením (EU)	93,57 (Dánsko)	95,97 (Dánsko)	95,52 (Dánsko)	94,07 (Dánsko)	96,88 (Nizozemsko)	
Stát s nejmenším % zastoupením (EU)	40,03 (Bulharská rep.)	39,86 (Rumunská rep.)	42,41 (Rumunská rep.)	42,52 (Rumunská rep.)	44,23 (Rumunská rep.)	
Stát s největším % zastoupením (mimo EU)	95,09 (Island)	95,35 (Island)	96,62 (Norsko)	95,49 (Norsko)	96,31 (Norsko)	
Stát s nejmenším % zastoupením (mimo EU)	22,27 (Albánská rep.)	23,75 (Albánská rep.)	26,67 (Albánská rep.)	37,23 (Albánská rep.)	42,53 (Turecká rep.)	

Zdroj: vlastní zpracování, Eurostat (2024)

### 4.2.3 Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání sociálních sítí

Kartogram 3: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání sociálních sítí v roce 2023



Zdroj: vlastní zpracování, Eurostat (2024)

Ukazatel „*Jednotlivci používající internet k využívání sociálních sítí*“ (v originále „*Individuals using the internet for participating in social networks*“) sleduje Eurostat již od roku 2011 a poslední data jsou evidovaná za rok 2023. Užívání sociálních sítí v České republice ve sledovaných letech rostlo, ale z dat nebyl patrný velký nárůst, který by byl zapříčiněn pandemií Covid-19. Naopak v Maďarsku byl znatelný nárůst ve využívání internetu mezi roky 2019 a 2020, kdy začala pandemie Covid-19. Maďaři využívali sociální sítě ze všech států Visegrádské skupiny nejčastěji. V roce 2023 trávilo na sociálních sítích čas 81,32 % Maďarů. Naopak nejméně využívali sociální sítě z V4 občané Polské republiky, kdy před pandemií využívalo sociální sítě 53,04 % Poláků a po pandemii Covid-19, 62,29 % Poláků. Jiný vývoj ve využívání sociálních sítí, než ve státech Visegrádské skupiny byl ve Slovenské republice. Se začátkem pandemie Covid-19 v roce 2020, začali Slováci více využívat sociální sítě. Nárůst mezi roky 2019 a 2020 byl 5,25 p.b. Avšak po pandemii v roce 2022 dochází k poklesu využívání sociálních sítí.

Užívání sociálních sítí v Evropské unii ve sledovaných letech rostlo. Na základě posledních dat z roku 2023 využívalo sociální sítě 59,31 % obyvatel z Evropské unie.

K největším uživatelům sociálních sítí se řadí v Evropské unii Dánové. Bylo tomu tak, ve všech sledovaných letech v této diplomové práci. Naopak nejméně využívali sociální sítě Italové a Francouzi. V roce 2019 využívalo sociální sítě pouze 42,3 % Italů, což nejnižší procentní zastoupení napříč všemi státy Evropy.

V rámci evropských států, které nejsou v Evropské unii nejvíce využívali sociální sítě občané Islandu a Norského království. Během pandemie Covid-19 v roce 2020, používalo sociální sítě 93,82 % Islandanů, což bylo nejvyšší procentuální zastoupení v rámci celé Evropy. Naopak v zemích Evropy, mimo Evropskou unii byl slabší zájem o sociální sítě v Bosně a Hercegovině a v Albánské republice.

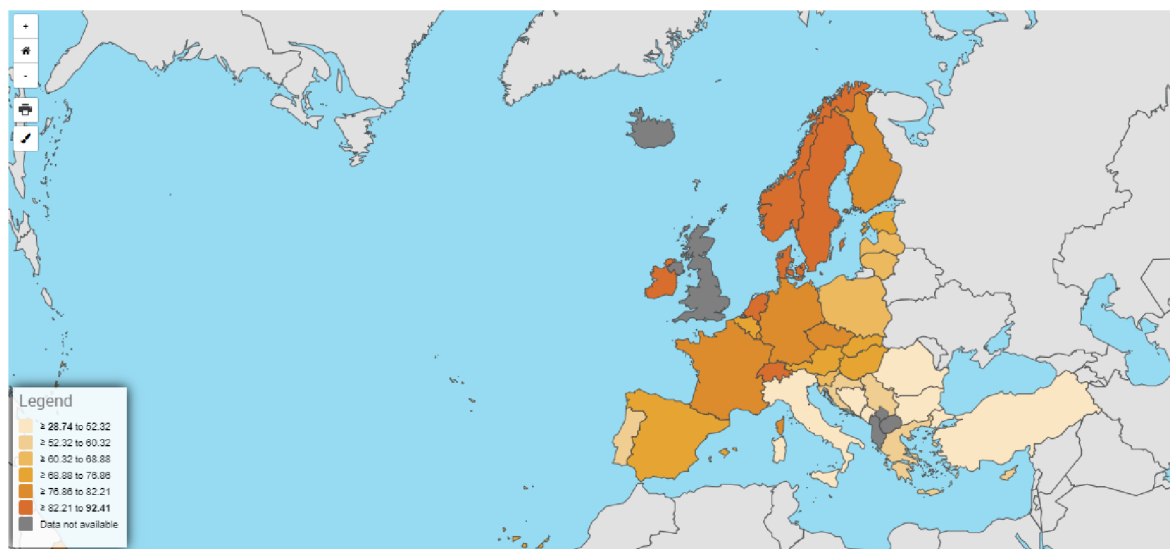
Tabulka 3: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání sociálních sítí

	Před pandemií		Během pandemie		Po pandemii	
	2019	2020	2021	2022	2023	
Česká republika	58,95	58,97	61,50	64,13	68,13	
Maďarsko	68,86	73,99	77,24	78,54	81,32	
Polská republika	53,04	54,78	56,78	60,61	62,29	
Slovenská republika	59,24	64,49	64,58	57,68	56,99	
EU 27 (EU 28 -2019)	54,16	57,26	56,84	58,11	59,31	
Stát s největším % zastoupením (EU)	80,76 (Dánsko)	85,01 (Dánsko)	85,42 (Dánsko)	84,73 (Dánsko)	91,02 (Dánsko)	
Stát s nejmenším % zastoupením (EU)	42,30 (Italská rep.)	48,42 (Italská rep.)	44,83 (Francouzská rep.)	44,50 (Francouzská rep.)	44,39 (Francouzská rep.)	
Stát s největším % zastoupením (mimo EU)	91,65 (Island)	93,82 (Island)	92,98 (Island)	89,65 (Norsko)	89,96 (Norsko)	
Stát s nejmenším % zastoupením (mimo EU)	45,84 (Bosna a Hercegovina)	50,04 (Bosna a Hercegovina)	49,65 (Bosna a Hercegovina)	64,07 (Albánská rep.)	57,74 (Bosna a Hercegovina)	

Zdroj: vlastní zpracování, Eurostat (2024)

#### 4.2.4 Porovnání jednotlivců z evropských států v nakupování zboží online

Kartogram 4: Porovnání jednotlivců z evropských států v nakupování zboží online v roce 2023



Zdroj: vlastní zpracování, Eurostat (2024)

Ukazatel „*Jednotlivci používající internet k nákupu zboží nebo služeb*“ (v originále „*Individuals using the internet for buying goods or services*“ sleduje Eurostat od roku 2020 a poslední data jsou evidovaná za rok 2023.

V České republice od roku 2020 každým rokem rostl počet osob, kteří nakupovali zboží nebo služby online. V roce 2020, kdy začala pandemie Covid-19 nakupovalo na internetu 71,64 % obyvatel České republiky. Mezi roky 2020 a 2021 byl nárůst o necelé

4 p.b. a mezi roky 2021 a 2022 o 1,52 p.b. Nejmenší nárůst byl mezi roky 2022 a 2023, kdy se jednalo o 0,68 p.b.

Na Slovensku byl vývoj počtu nakupujících na internetu jiný než v České republice. V roce 2020, kdy propukla pandemie Covid-19 na internetu nakupovalo zboží a služby 62,45 % Slováků. Mezi roky 2020 a 2021 byl obrovský nárůst počtu nakupujících na internetu. Celkový meziroční nárůst činil 12,87 p.b a byl pravděpodobně zapříčiněn uzavřením obchodů během pandemie. V následujících letech také docházelo k meziročním nárůstům, ale přírůstky byly nepatrné.

Ze všech států Visegrádská skupiny, obyvatelé Polska nejméně nakupovali zboží a služby online. Ani pandemie Covid-19 nezapříčila větší nárůst. Mezi roky 2020 a 2021 byl nárůst pouze 0,24 p.b.

Ze všech států Visegrádské skupiny, na začátku pandemie Covid-19 v roce 2020, nejméně lidí nakupovalo online v Maďarsku. Jednalo se o 60,02 % obyvatel ve věku 16 až 74 let. V Maďarsku byl patrný meziroční nárůst během pandemie, ale po pandemii v roce 2023 došlo k poklesu.

V rámci států Evropské unie ve sledovaných letech nejvíce nakupovali na internetu občané Dánského království a Nizozemského království. Na začátku pandemie v Dánsku nakupovalo 89,31% obyvatel. V posledním sledovaném roce 2023 v Nizozemsku nakupovalo online 92,41 % obyvatel.

Naopak v rámci Evropské unie nejméně nakupovali online občané Bulharské republiky, a to ve všech sledovaných letech. Avšak ve sledovaných letech (2020 až 2023) byl nárůst online nakupování v Bulharské republice o 14,24 p.b. vyšší.

V Evropě, mimo státy Evropské unie nejvíce nakupovali online občané Norského království a Velké Británie. Naopak nejméně nakupovali a objednávali zboží nebo služby občané Albánské republiky a Černé Hory. V Albánské republice pouze 14,43 % obyvatel nakupovalo online zboží a služby.

Tabulka 4: Porovnání jednotlivců z evropských států v nakupování zboží online

	Během pandemie		Po pandemii	
	2020	2021	2022	2023
Česká republika	71,64	75,48	77,00	77,68
Maďarsko	60,02	66,01	70,32	69,67
Polská republika	60,93	61,17	64,58	64,32
Slovenská republika	62,45	75,32	76,72	76,82
EU 27	64,74	67,11	67,95	69,60
Stát s největším % zastoupením (EU)	89,31 (Dánsko)	90,82 (Dánsko)	88,30 (Dánsko)	92,41 (Nizozemsko)
Stát s nejmenším % zastoupením (EU)	30,95 (Bulharská rep.)	33,04 (Bulharská rep.)	40,54 (Bulharská rep.)	45,19 (Bulharská rep.)
Stát s největším % zastoupením (mimo EU)	90,22 (Velká Británie)	91,57 (Norsko)	91,97 (Norsko)	90,71 (Norsko)
Stát s nejmenším % zastoupením (mimo EU)	14,43 (Albánská rep.)	17,18 (Albánská rep.)	27,63 (Černá Hora)	28,74 (Černá Hora)

Zdroj: vlastní zpracování, Eurostat (2024)

## 5 Výsledky dotazníkového šetření

### 5.1 Metody sběru dat

Analytická část této diplomové práce byla vytvořena na základě výzkumu, který byl prováděn pomocí dotazníkového šetření a strukturovaných rozhovorů.

Výzkum byl prováděn z majoritní části (80 % respondentů výzkumu) na základě dotazníkového šetření, které bylo vytvořeno ve formulářích společnosti Google (tzv. Google Forms). Dotazník byl šířen jednak přes síť kontaktů autorky a také přes skupiny a stránky na sociálních sítích. V úvodu dotazníku bylo napsáno, že se ho mohou zúčastnit pouze respondenti starší 16 let a také je tam vysvětleno, proč a za jakým účelem byl dotazník vytvořen a jak dlouho bude trvat jeho vyplnění.

Z důvodu získání podrobnějších odpovědí probíhal výzkum i na základě strukturovaných rozhovorů. Rozhovorů se zúčastnilo 5 respondentů z každé generace (20 % respondentů z výzkumu). Část strukturovaných rozhovorů s autorkou proběhlo osobně v Praze a s mimopražskými respondenty pomocí internetové komunikační platformy Microsoft Teams. Autorka respondentům pokládala stejné otázky, jako byly uvedeny v dotazníkovém šetření, ale díky osobnímu setkání byly získány i detailnější odpovědi.

### 5.2 Účast ve výzkumu

Strukturovaných rozhovorů a formulářového dotazování se zúčastnilo celkem 100 osob z celé České republiky. Dotazníkové šetření proběhlo na základě kvótního výběru, kdy z každé generace odpovědělo 20 respondentů a u strukturovaných rozhovorů 5 respondentů z každé generace.

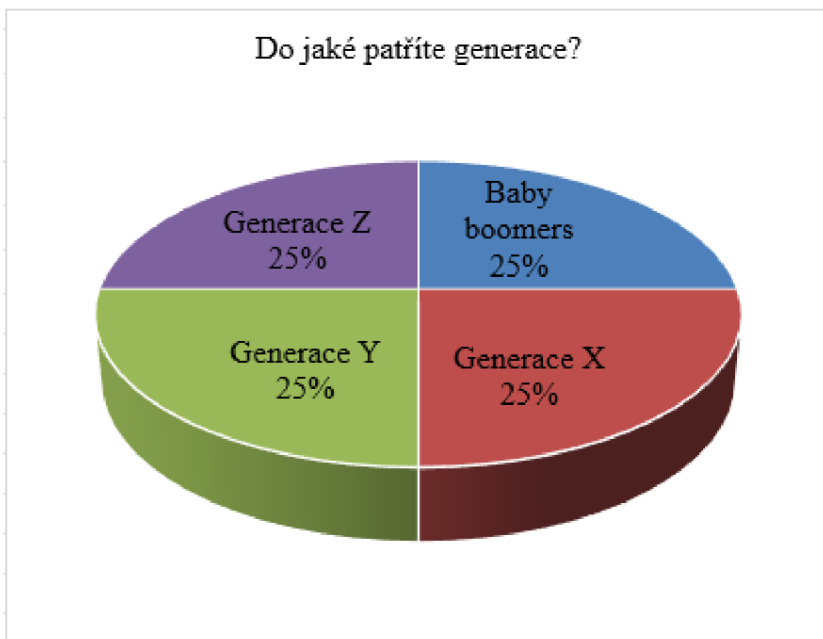
### 5.3 Získané odpovědi

#### 1. Do jaké patříte generace?

Jednalo se o uzavřenou otázku, kde respondent/ka odpověděl/a, do jaké generace podle svého věku spadá – generace *Baby boomers* (narozeni v období 1946 až 1964), generace *X* (narozeni v období 1965 až 1981), generace *Y* (narozeni v období 1982 až 1995) a generace *Z* (narozeni v období 1996 až 2010).



Graf 1: Počet respondentů dle generací



Zdroj: vlastní zpracování

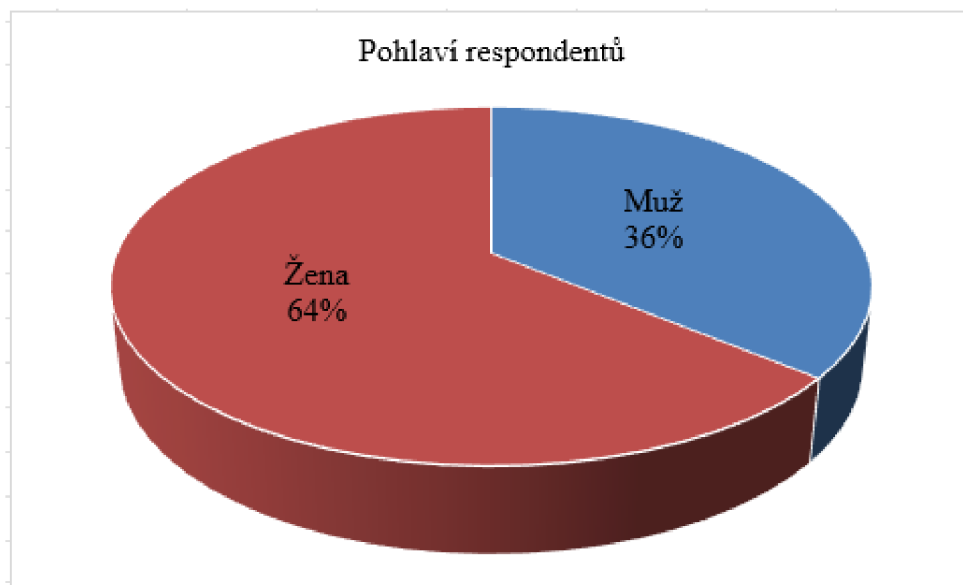
Respondenti byli vybráni na základě kvótního výběru, tudíž se z každé generace zúčastnilo 25 respondentů.

## 2. Jste muž anebo žena?

I tato otázka byla uzavřena s výběrem ze tří možností (*žena, muž, možnost neodpovědět*).

Ze 100 respondentů se výzkumu zúčastnilo 64 žen a 36 mužů. V rámci dotazníku bylo možné neodpovědět, jakého je respondent pohlaví, avšak nikdo z respondentů nevyužil této možnosti.

Graf 2: Počet respondentů dle pohlaví



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 5: Počet respondentů dle pohlaví

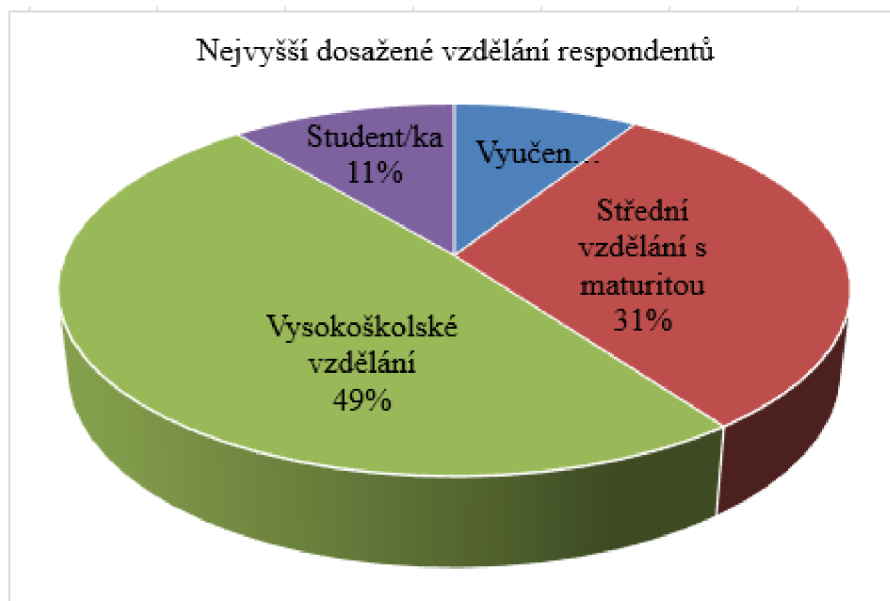
Generace	Muži	Ženy	Součet
Baby boomers	14	11	25
Generace X	8	17	25
Generace Y	9	16	25
Generace Z	5	20	25
Suma	36	64	100

Zdroj: vlastní zpracování

### 3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

U této otázky byl výběr z několika možností dokončeného vzdělání (základní vzdělání; vyučen/vyučená; střední vzdělání s maturitou; vysokoškolské vzdělání). Jelikož mezi respondenty byli i zástupci generace Y a Z, tak byla možnost vybrat – studuji (na základní, střední anebo vysoké škole). Nikdo z respondentů tohoto výzkumu neměl pouze základní vzdělání a téměř polovina respondentů dosáhla vysokoškolského vzdělání.

Graf 3: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 6: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

Generace	Vyučen/á	Střední vzdělání s maturitou	Vysokoškolské vzdělání	Student/ka	Součet
Baby boomers	4	6	15	0	25
Generace X	3	11	11	0	25
Generace Y	2	7	13	3	25
Generace Z	0	7	10	8	25
<b>Suma</b>	<b>9</b>	<b>31</b>	<b>49</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

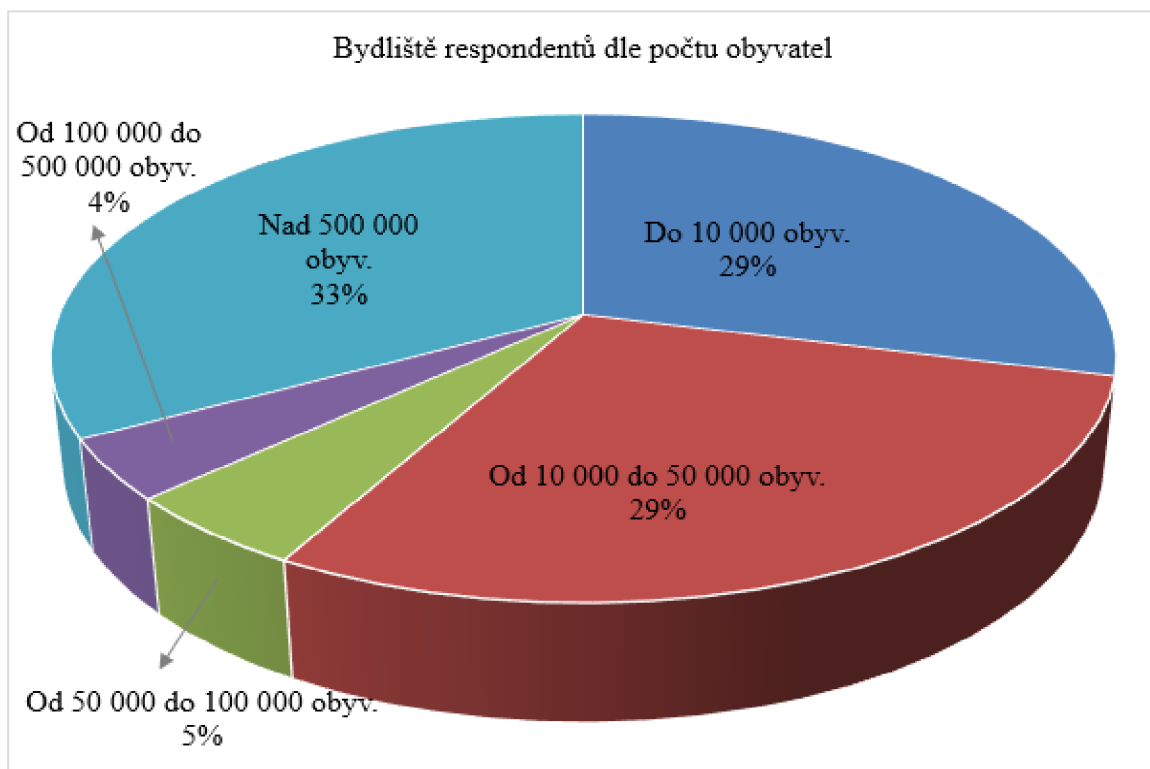
Zdroj: vlastní zpracování

#### 4. Kolik obyvatel má obec/město ve kterém žijete?

Ve výzkumu bylo také zjišťováno, jestli jsou rozdíly ve využívání internetu mezi respondenty, kteří žijí na malých městech či vesnicích anebo ve velkých městech. Respondenti vybírali z možností, podle toho, kolik obyvatel má obec či město, ve kterém žijí. Škála ve velikosti obcí či měst byla rozdělena takto: *obec/město do 10 000 obyvatel; obec/město od 10 000 do 50 000 obyvatel; obec/město od 50 000 do 100 000 obyvatel; obec/město od 100 000 do 500 000 obyvatel a obec/město nad 500 000 obyvatel.*

Nejvíce respondentů odpovědělo, že žijí ve městě nad 500 000 obyvatel, tudíž třetina respondentů byla z hlavního města Prahy. Druhou nejpočetnější skupinou byli respondenti žijící v obcích do 10 000 obyvatel a od 10 000 do 50 000 obyvatel.

Graf 4: Bydliště respondentů dle počtu obyvatel



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 7: Bydliště respondentů dle počtu obyvatel

Generace	Do 10 000 obyvatel	Od 10 000 do 50 000 obyvatel	Od 50 000 do 100 000 obyvatel	Od 100 000 do 500 000 obyvatel	Nad 500 000 obyvatel	Součet
Baby boomers	5	7	4	0	9	25
Generace X	6	8	0	1	10	25
Generace Y	11	5	1	0	8	25
Generace Z	7	9	0	3	6	25
Suma	29	29	5	4	33	100

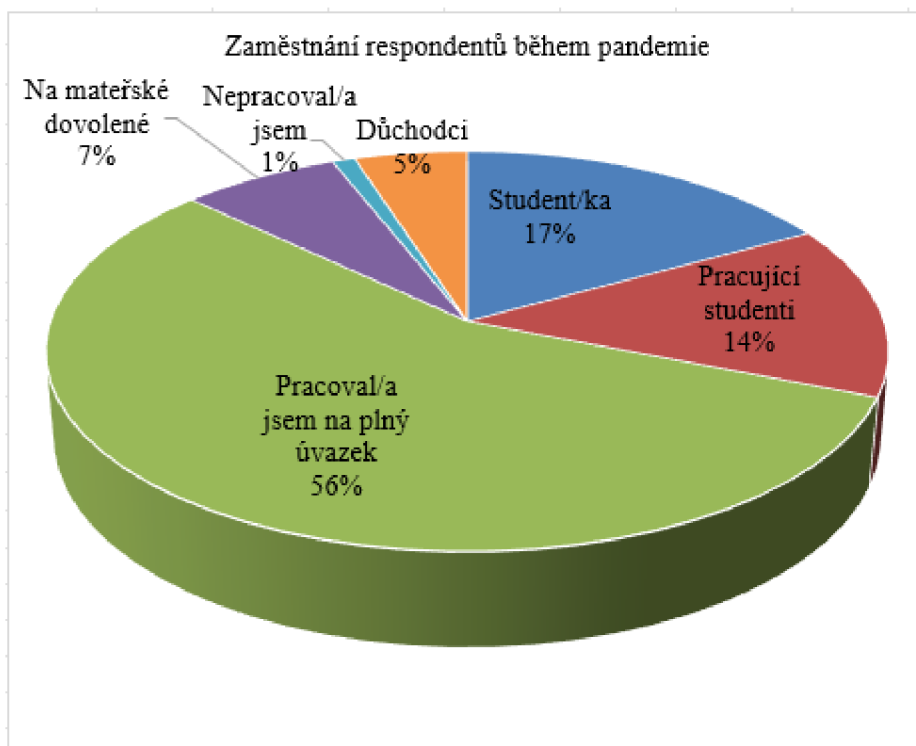
Zdroj: vlastní zpracování

## 5. Během období pandemie (březen 2020–březen 2022) jste byl/a?

Tato otázka zjišťovala, co dělali respondenti během pandemie (březen 2020–březen 2022). Respondenti mohli zvolit jednu z následujících možností: *student/studentka*; *student/ka a také jsem pracoval/a*; *pracoval/a jsem na plný úvazek*; *na mateřské dovolené*; *nepracoval/a jsem* anebo *byl/a jsem v důchodu*. U této otázky byla poznámka, že pokud byli respondenti nejdříve studenti a poté pracovali na plný úvazek, tak měli zaškrtnout odpověď, která trvala delší čas v období od března 2020 do konce března roku 2022. Nejvíce respondentů pracovalo na plný úvazek, jednalo se o více, jak polovinu respondentů. Jelikož se šetření zúčastnili zástupci generace Y a Z, tak téměř třetina respondentů uvedla, že byli

studenti anebo studenti, kteří při studiu pracovali. Pouze jeden respondent nepracoval a byl veden na Úřadu práce.

Graf 5: Zaměstnání respondentů během pandemie Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 8: Zaměstnání respondentů během pandemie Covid-19

Generace	Student/ka	Pracující studenti	Pracoval/a jsem na plný úvazek	Na mateřské/rodičovské dovolené	Nepracoval/a jsem	Byl/a jsem v důchodu	Součet
Baby boomers	0	0	20	0	0	5	25
Generace X	0	2	22	0	1	0	25
Generace Y	1	6	11	7	0	0	25
Generace Z	16	6	3	0	0	0	25
Suma	17	14	56	7	1	5	100

Zdroj: vlastní zpracování

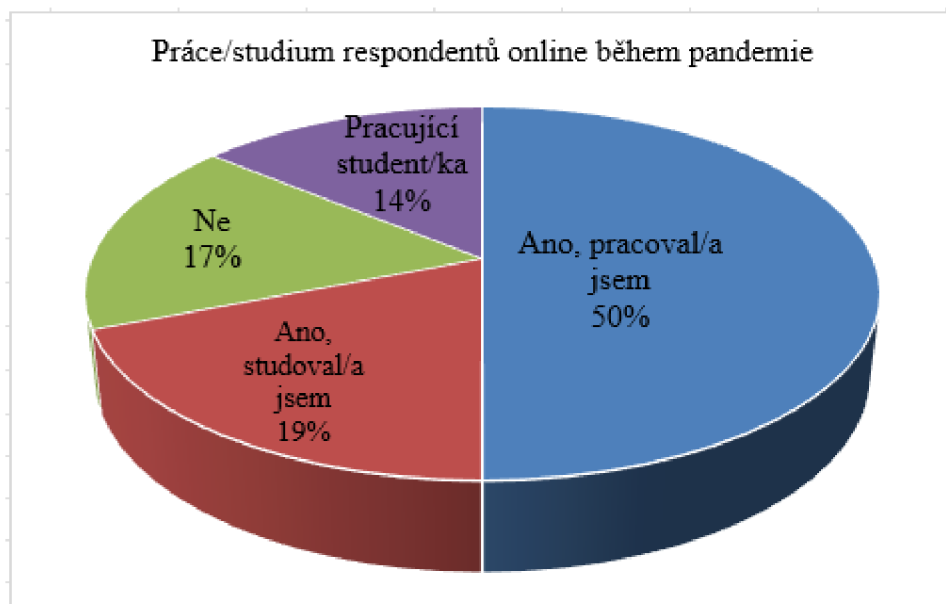
## 6. Pracoval/a jste anebo jste studoval/a online během pandemie Covid-19 (3/2020– 3/2022)?

Další otázka zjišťovala, zdali respondenti během pandemie Covid-19 (3/2020–3/2022) studovali anebo pracovali online. Respondenti mohli zvolit jednu z následujících možností: *ano, pracoval/a jsem online; ano, studoval/a jsem online; pracoval/a jsem i studoval/a jsem online anebo možnost, že nepracovali (ani nestudovali) online.*

Polovina respondentů tohoto výzkumu odpověděla, že během pandemie Covid-19 pracovala online a 33 % respondentů studovalo online (z toho 14 % respondentů u studia

i pracovalo online). Pouze 17 % respondentů nepracovalo ani nestudovalo online, protože mezi respondenty byli například zaměstnanci nemocnic či vojenské služby.

Graf 6: Práce/studium online během pandemie Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 9: Práce/studium online během pandemie Covid-19

Generace	Ano, pracoval/a jsem	Ano, studoval/a jsem	Ne	Pracoval/a jsem i jsem zároveň studoval/a	Součet
Baby boomers	16	0	8	1	25
Generace X	18	1	4	2	25
Generace Y	14	1	4	6	25
Generace Z	2	17	1	5	25
<b>Suma</b>	<b>50</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>100</b>

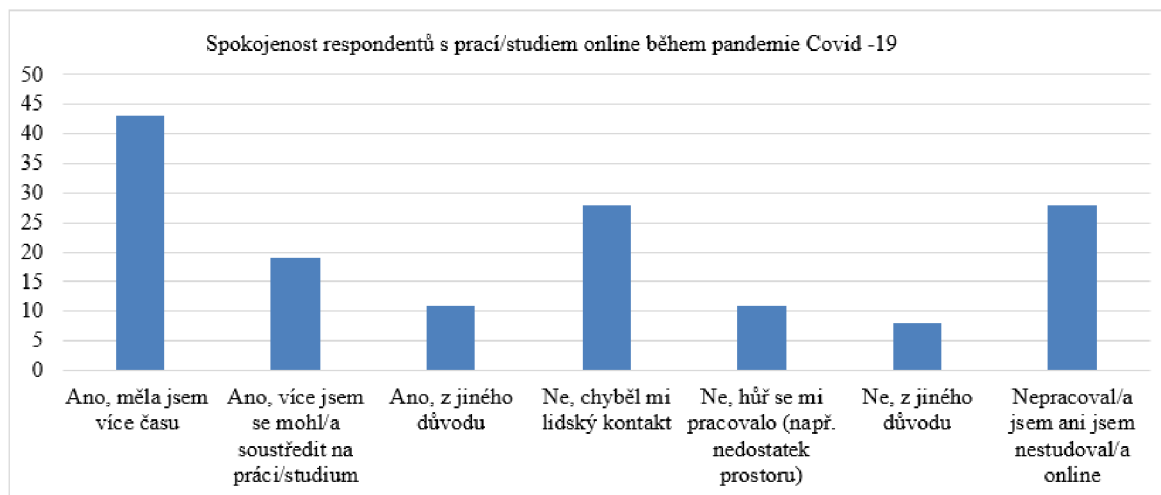
Zdroj: vlastní zpracování

## 7. Vyhovovala Vám práce/studium online?

U této otázky bylo zjišťováno, zdali respondentům vyhovovala práce či studium online. Respondenti si mohli zvolit ze 6 možných odpovědí a zároveň mohli zaškrtnout více odpovědí. Pokud respondentům vyhovovala práce či studium online, tak si mohli vybrat z odpovědí – *ano, měla jsem více času (např. nemusel/a jsem jezdit do práce/školy); ano, více jsem se mohl/a soustředit na práci/studium; ano, z jiného důvodu (kde mohli respondenti napsat, proč jim vyhovovala práce/studium online)*. Pokud respondentům online práce/studium nevyhovovalo, tak mohli zvolit z následujících odpovědí – *ne, chyběl mi lidský kontakt; ne, hůř se mi pracovalo (např. nedostatek prostoru v domácnosti, špatné připojení); ne, z jiného důvodu (kde mohli respondenti napsat, proč jim nevyhovovala*

práce/studium online). U této otázky byla i možná odpověď – *nepracoval/a jsem ani jsem nestudoval/a online*.

Graf 7: Spokojenost respondentů s prací/studiem online během pandemie Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování

Velká část respondentů zaškrtnla více možných odpovědí. Celkem 12 respondentů výzkumu odpovědělo, že bylo spokojeno s prací/studiem online, ale zároveň byli s něčím nespokojeni. Nejčastěji uváděli, že byli rádi, že měli více času, ale zároveň jim chyběl lidský kontakt (např. kolegové v práci anebo spolužáci ze škol či univerzit). Mezi dalšími důvody spokojenosti respondenti uváděli, že se mohli více věnovat své rodině a nemuseli dlouho dojíždět do zaměstnání či školy. Naopak někteří respondenti uváděli, že díky práci/studiu online se cítili více osamoceni a ztráceli motivaci k dokončení přidělené práce.

Tabulka 10: Spokojenost respondentů s prací/studiem online během pandemie Covid-19

Generace	Ano, měla jsem více času	Ano, více jsem se mohl/a soustředit na práci/studium	Ano, z jiného důvodu	Ne, chyběl mi lidský kontakt	Ne, hůř se mi pracovalo	Ne, z jiného důvodu	Nepracoval/a jsem ani jsem nestudoval/a online	Špatně
Baby boomers	5	1	4	6	1	0	13	30
Generace X	10	4	1	5	2	5	7	34
Generace Y	11	8	1	7	4	1	7	39
Generace Z	17	6	5	10	4	2	1	43
<b>Suma</b>	<b>43</b>	<b>19</b>	<b>11</b>	<b>28</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>28</b>	<b>148</b>

Zdroj: vlastní zpracování

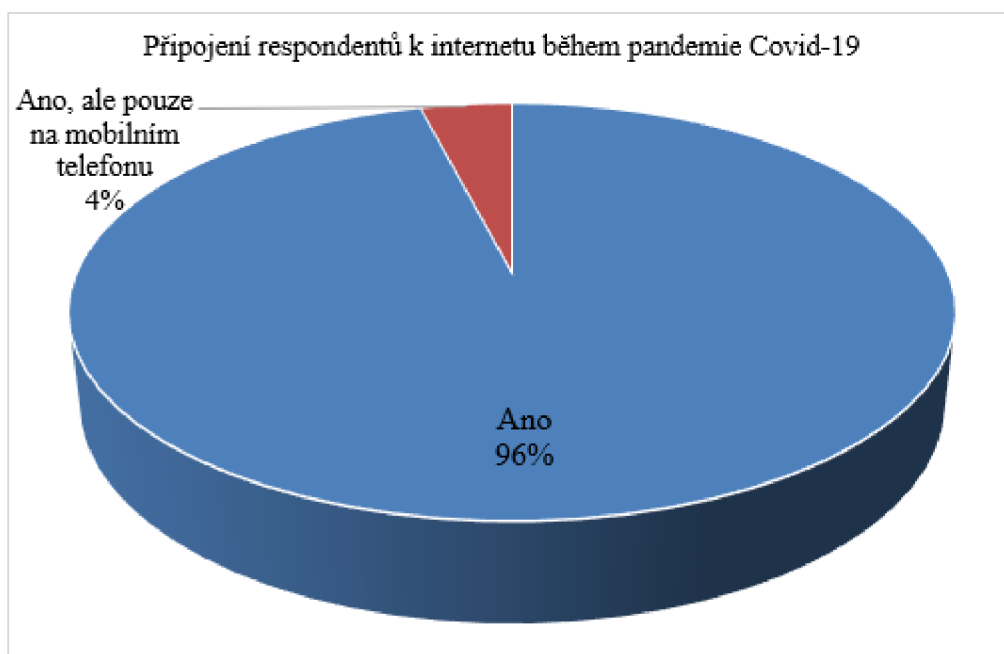
U této otázky jsou možné vidět určité rozdíly mezi generacemi, zejména mezi generací Z a ostatními generacemi. U generace Z je patrné, že jim nejvíce chyběl lidský kontakt

a zároveň nejvíce oceňovali, že měli více volného času. Při rozhovorech se zástupci generace Z zaznívalo, že kvůli online výuce ztráceli motivaci pokračovat ve studiu na univerzitách.

### 8. Měl/a jste v domácnosti během pandemie Covid-19 (3/2020-3/2022) připojení k internetu?

U této zásadní otázky bylo ve výzkumu zjišťováno, jestli byli respondenti připojeni k internetu během pandemie Covid-19 (3/2020-3/2022). Respondenti měli možnost zvolit jednu z následujících odpovědí – *ano*; *ano, ale pouze na mobilním telefonu*; *ano, ale připojil/a jsem se k internetu během pandemie* a také měli možnost odpovědět *ne*. Pokud by respondent odpověděl *ne*, tak by se dotazník automaticky ukončil, ale tato situace při dotazníkovém šetření nenastala. Také nikdo z respondentů se nepřipojil k internetu až během pandemie a pouze 4 respondenti byli připojeni k internetu pouze na mobilním telefonu.

Graf 8: Připojení respondentů k internetu během pandemie Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 11: Připojení respondentů k internetu během pandemie Covid-19

Generace	Ano	Ano, ale pouze na mobilním telefonu	Ano, ale připojila jsem se během pandemie	Součet
Baby boomers	23	2	0	25
Generace X	25	0	0	25
Generace Y	23	2	0	25
Generace Z	25	0	0	25
<b>Suma</b>	<b>96</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

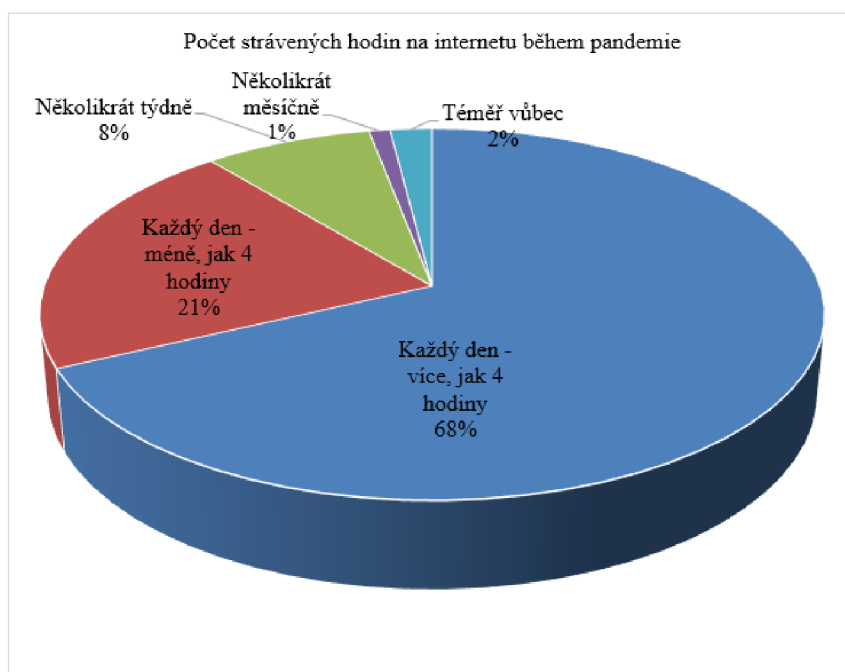


U této otázky jsou rozdíly mezi generacemi zanedbatelné, téměř všichni respondenti byli připojeni k internetu na počítači nebo notebooku. Pouze 2 zástupci z generace Y a 2 zástupci z generace Baby boomers byli připojeni k internetu pouze na mobilním telefonu.

### 9. Jak často jste během pandemie Covid-19 (3/2020-3/2022) využíval/a internet?

U této otázky bylo zjišťováno, jak často během pandemie Covid-19 (3/2020-3/2022) respondenti využívali internetové připojení. Respondenti mohli zvolit jednu z následujících možností – *každý den – více, jak 4 hodiny; každý den – méně, jak 4 hodiny; několikrát týdně; několikrát měsíčně a téměř vůbec.*

Graf 9: Počet strávených hodin na internetu během pandemie Covid -19



Zdroj: vlastní zpracování

Z odpovědí na tuto otázku vidíme, že 89 % respondentů tohoto výzkumu používalo internet každý den. Pouze 3 respondenti nevyužívali internet na týdenní bázi.

Tabulka 12: Počet strávených hodin na internetu během pandemie Covid -19

Generace	Každý den - více, jak 4 h.	Každý den - méně, jak 4 h.	Několikrát týdně	Několikrát měsíčně	Téměř vůbec	Součet
Baby boomers	9	6	7	1	2	25
Generace X	17	7	1	0	0	25
Generace Y	18	7	0	0	0	25
Generace Z	24	1	0	0	0	25
Suma	68	21	8	1	2	100

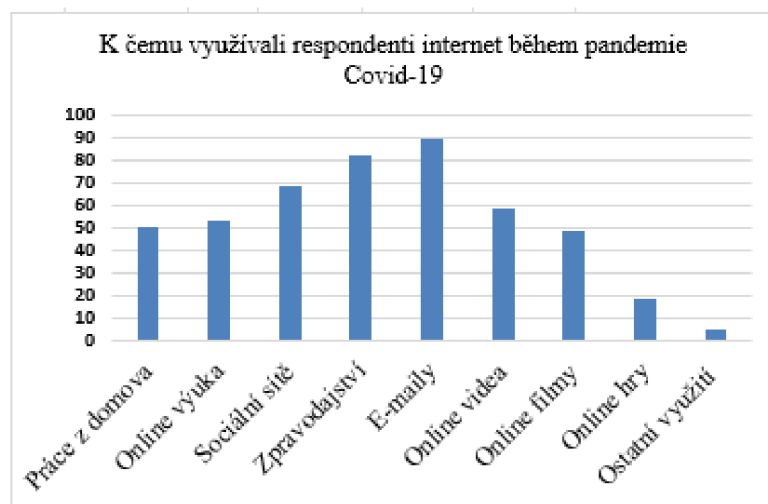
Zdroj: vlastní zpracování

U této otázky jsou jasně patrné rozdíly mezi generacemi. Čím byli respondenti mladší, tím strávili více času na internetu. Kromě jednoho respondenta, strávili všichni respondenti z generace Z na internetu více, jak 4 hodiny. Téměř všichni respondenti z generací X, Y a Z se připojili k internetu každý den. U nejstarší generace toho výzkumu (Baby boomers) se pouze 15 respondentů připojilo k internetu každý den a také pouze u této generace byli respondenti, kteří se připojovali k internetu několikrát měsíčně či téměř vůbec. Je samozřejmě důležité vzít v úvahu, že mnoho zástupců z této generace je již v důchodu a nepotřebuje internet k práci či studiu.

### 10. K čemu jste využívali během pandemie Covid-19 (3/2020-3/2022) internet? Můžete zvolit více možností.

U další otázky respondenti odpovídali, k čemu během pandemie Covid-19 (3/2020-3/2022) využívali internet. U této otázky bylo možné zaškrtnout více odpovědí. Respondenti si mohli vybrat z těchto možností – práce z domova; online výuka; sociální sítě (např. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok); zpravodajství (např. Novinky.cz, iDNES.cz); e-maily (např. Gmail); online videa (např. YouTube); online filmy (např. Netflix, HBO GO); online hry a také měli možnost napsat svoji vlastní odpověď, k čemu využívali internet.

Graf 10: K čemu využívali respondenti internet během pandemie Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti nejvíce využívali internet k emailové komunikaci, toto odpovědělo téměř 90 % všech respondentů. Dále respondenti nejvíce využívali internet ke sledování zpravodajství a k využívání sociálních sítí. Respondenti mohli zaškrtnout více možných odpovědí.

Nejčastější kombinace odpovědí byla – *práce z domova, online výuka, sociální sítě, zpravodajství, emaily a online videa.*

Tabulka 13: K čemu využívali respondenti internet během pandemie Covid-19

Generace	Práce z domova	Online výuka	Sociální sítě	Zpravodajství	E-maily	Online videa	Online filmy	Online hry	Ostatní využití	Součet
Baby boomers	10	4	8	22	20	7	3	4	0	78
Generace X	15	11	15	19	21	11	9	2	4	107
Generace Y	16	15	23	21	25	17	16	4	0	137
Generace Z	10	23	23	20	23	24	21	9	1	154
Suma	51	53	69	82	89	59	49	19	5	476

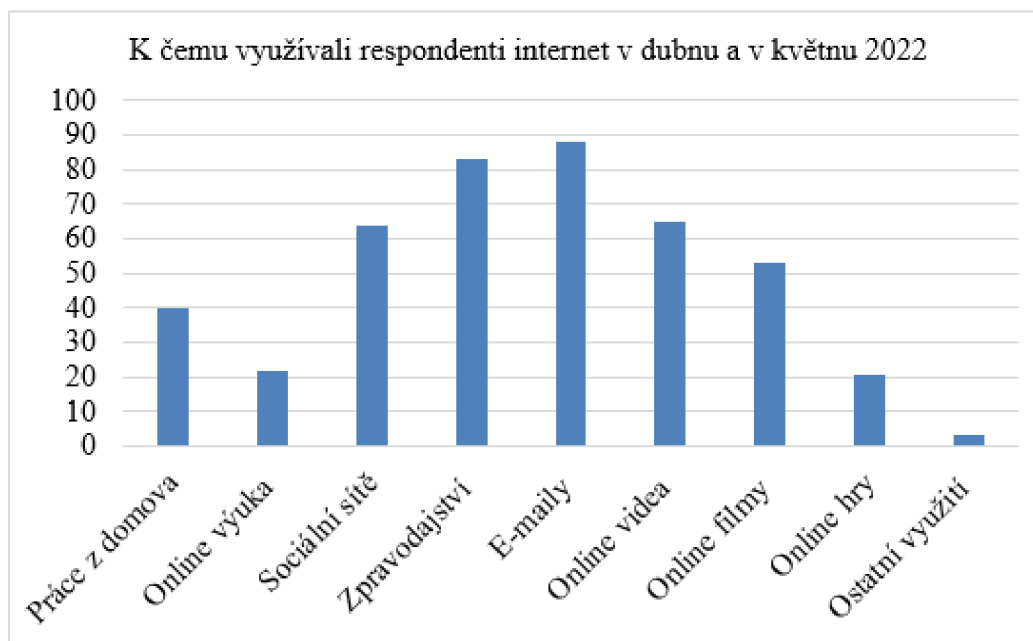
Zdroj: vlastní zpracování

U této otázky respondenti vybírali obdobné odpovědi, ale přesto můžeme vidět v odpovědích jednotlivých generacích určité rozdíly. Podobný počet respondentů z každé generace využívalo internet ke sledování zpravodajství a k emailové komunikaci. Největší rozdíly mezi jednotlivými generacemi byly ve využívání sociálních sítí a u sledování online videí a filmů.

#### **11. K čemu jste využívali internet v dubnu a v květnu v roce 2022? Můžete zvolit více možností.**

Tato otázka i odpovědi jsou stejné, jako u předešlé otázky, ale stahují se k období dubna a května roku 2022. Cílem této otázky bylo zjistit, jestli se změnilo chování respondentů v dubnu a květnu roku 2022, kdy byla pandemie na ústupu, a nebyly zavedeny žádné celostátní restrikce oproti období pandemie Covid-19.

Graf 11: K čemu využívali respondenti internet v dubnu a v květnu 2022



Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 14: K čemu využívali respondenti internet v dubnu a v květnu 2022

Generace	Práce z domova	Online výuka	Sociální sítě	Zpravodajství	E-maily	Online videa	Online filmy	Online hry	Ostatní využití	Součet
Baby boomers	9	3	9	23	22	10	4	1	0	81
Generace X	11	3	13	20	21	13	9	2	3	95
Generace Y	11	8	19	21	22	18	17	6	0	122
Generace Z	9	8	23	19	23	24	23	12	0	141
<b>Suma</b>	<b>40</b>	<b>22</b>	<b>64</b>	<b>83</b>	<b>88</b>	<b>65</b>	<b>53</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>439</b>

Zdroj: vlastní zpracování

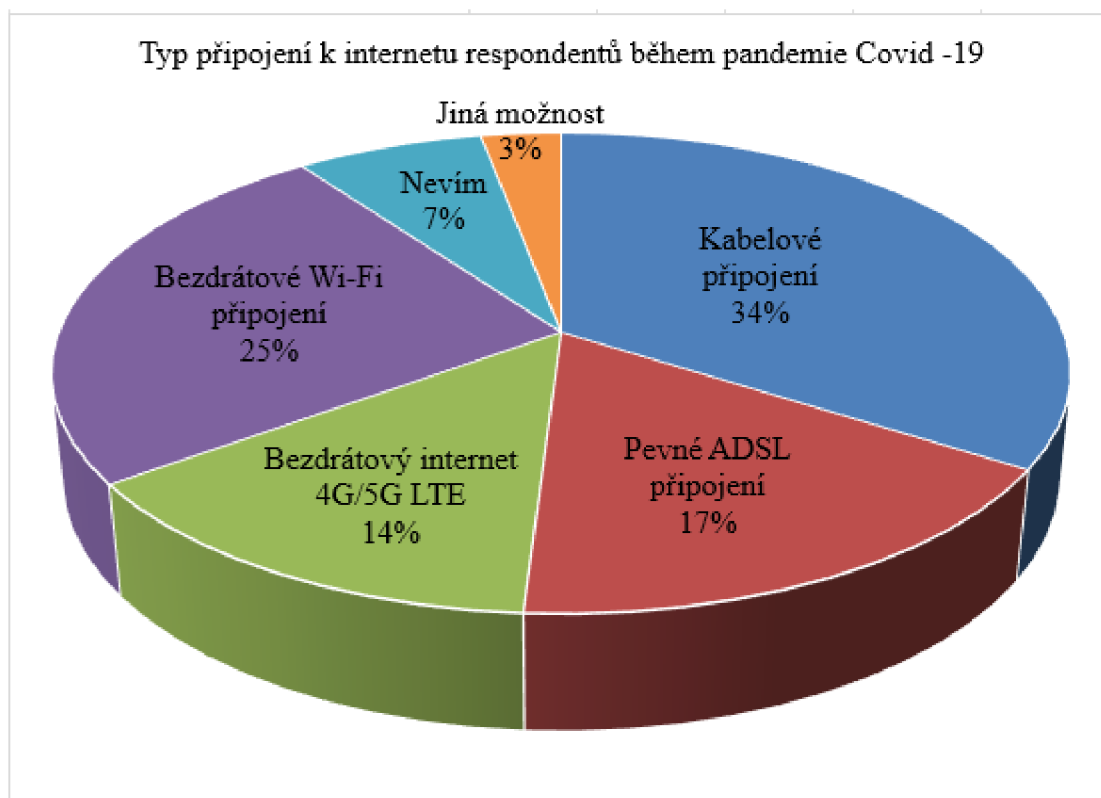
Mezi sledovanými obdobími v době pandemie Covid-19 (3/2020-3/2022) a v dubnu a květnu roku 2022, nejsou překvapivě viditelné velké rozdíly. Největší pokles ve využívání internetu byl u online výuky, kdy v dubnu a v květnu 2022 se většina studentů prezenčního studia vrátila zpátky do škol. Avšak 22 respondentů výzkumu v dubnu a v květnu 2022 využívalo internet k online výuce. Jednalo se zejména o zájmové kurzy (např. studium jazyků), kdy účastníci kurzů nadále pokračovali v online výuce. Pokles je viditelný i u práce z domova, kde se jedná o snížení 21 %. Z toho je možné usuzovat, že u mnoha firem mohli respondenti nadále pracovat online z domova.

Nepatrné rozdíly jsou vidět i v online sledování videí a filmů, ale jedná se o pouze jednotky procent. Celkově by se dalo říct, že nejsou příliš velké rozdíly ve využívání internetu během pandemie a po ní.

## 12. Jak byla Vaše domácnost během pandemie Covid-19 (3/2020–3/2022) připojena k internetu?

U této otázky bylo zjišťováno, jak byli respondenti připojeni k internetu během pandemie Covid-19. Odpovědi byly zvoleny na základě nejčastějších možností připojení k internetu v České republice. Respondenti mohli zvolit z následujících možností – *kabelové připojení; pevné ADSL připojení; bezdrátový internet 4G/5G LTE a bezdrátové Wi-Fi připojení od místních providerů*. Jelikož se jedná o techničtější otázku, byla přidána i odpověď *nevím*, protože mohlo dojít k tomu, že respondent/ka neví, jak byla jeho domácnost připojená k internetu. Také mohli respondenti napsat svoji odpověď, jak byli připojeni k internetu během pandemie Covid-19.

Graf 12: Typ připojení k internetu respondentů během pandemie Covid -19



Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastějším připojením k internetu bylo kabelové připojení, což odpovídalo 34 % respondentů tohoto dotazníkového šetření. Mezi dalšími nejčastějšími typy připojení bylo bezdrátové Wi-Fi připojení od místních providerů a pevné ADSL připojení.

Tabulka 15: Typ připojení k internetu respondentů během pandemie Covid -19

Generace	Kabelové připojení	Pevné ADSL připojení	Bezdrátový internet 4G/5G LTE	Bezdrátové Wi-Fi připojení od místních poskytovatelů	Nevim	Jiná možnost	Součet
Baby boomers	11	6	2	5	1	0	25
Generace X	10	5	3	5	0	2	25
Generace Y	7	6	4	6	1	1	25
Generace Z	6	0	5	9	5	0	25
Suma	34	17	14	25	7	3	100

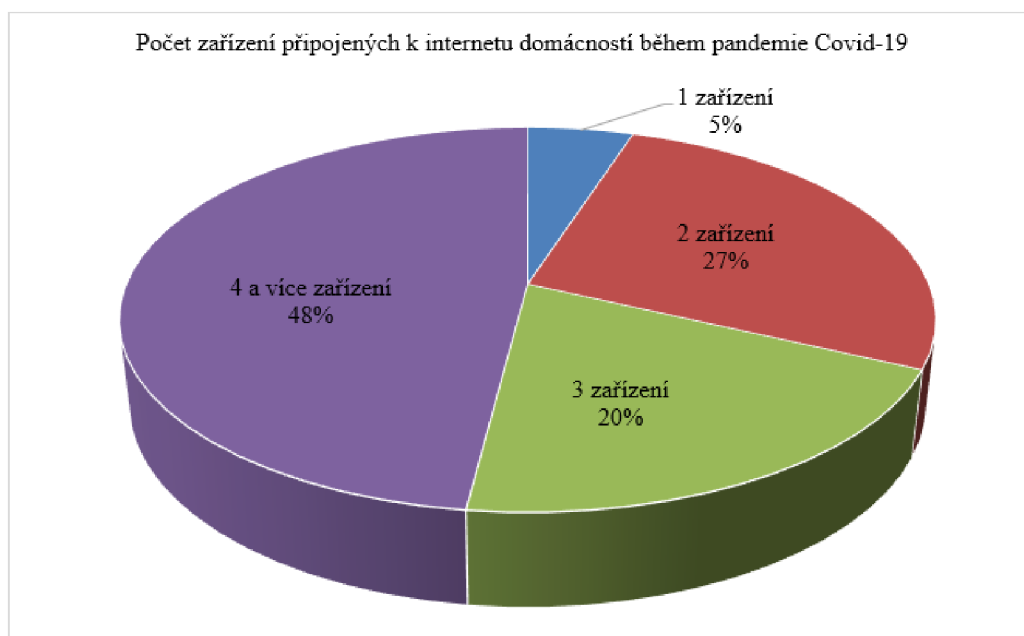
Zdroj: vlastní zpracování

Porovnávat rozdíly u těchto odpovědí z hlediska generací, jak byly respondenti připojeni k internetu, může být zavádějící. Mnoho respondentů z Generace Z i Generace Millennials žili v domácnosti se svými rodiči anebo na vysokoškolských kolejích, tudíž si nevybírali typ svého připojení k internetu.

### 13. Kolik zařízení jste měl/a v domácnosti v době pandemie Covid-19 (3/2020–3/2022) připojených k internetu (např. mobil, notebook)?

U této otázky bylo zjišťováno, kolik zařízení měli respondenti připojeno k internetu v domácnosti. Respondenti mohli zvolit z následujících možností – 1 zařízení, 2 zařízení, 3 zařízení a 4 a více zařízení.

Graf 13: Počet zařízení připojených k internetu v domácnosti během pandemie Covid -19



Zdroj: vlastní zpracování

Z výsledku dat vyplývá, že téměř polovina respondentů mělo připojeno k internetu 4 a více zařízení. Pětina respondentů měla připojené 3 zařízení. Pouze 5 respondentů tohoto výzkumu mělo k internetu připojeno pouze 1 zařízení.

Tabulka 16: Počet zařízení připojených k internetu v domácnosti během pandemie Covid - 19

Generace	1 zařízení	2 zařízení	3 zařízení	4 a více zařízení	Součet
Baby boomers	2	11	6	6	25
Generace X	1	8	3	13	25
Generace Y	2	4	8	11	25
Generace Z	0	4	3	18	25
Suma	5	27	20	48	100

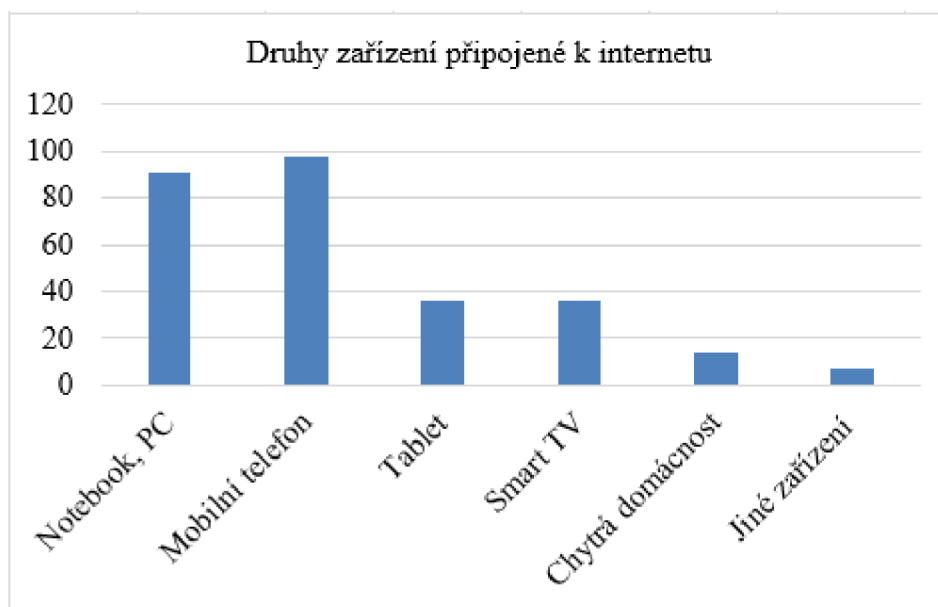
Zdroj: vlastní zpracování

Mezi odpověďmi respondentů jsou patrné rozdíly mezi generacemi. U generace Z, která je v některých publikacích nazývána *Internetová generace*, měla nejvíce připojených zařízení k internetu. V tomto dotazníkovém šetření nikdo ze zástupců generace Z, neměl připojeno pouze 1 zařízení. I respondenti z generace X a generace Y nejčastěji měli k internetu připojené 4 a více zařízení. Pouze u nejstarší generace tohoto výzkumu, Baby boomers, bylo nejčastější odpovědí, že měli k internetu připojené pouze 2 zařízení. Při detailnějším zkoumání dat, se nejčastěji jednalo o notebook a mobilní telefon.

#### 14. Jaké zařízení jste měl/a připojené k internetu? Můžete zvolit více možností.

Tato otázka vycházela z předešlé otázky, ale konkrétně zjišťovala, jaké zařízení měli respondenti připojené k internetu v domácnosti. Respondenti měli na výběr z nejčastějších zařízení (*Notebook, PC; Mobilní telefon; Tablet; Smart TV; Chytrá domácnost*). Respondenti měli možnost napsat, jaké jiné zařízení mají připojené k internetu.

Graf 14: Jaké zařízení měli respondenti připojené k internetu



Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti nejčastěji uváděli, že mají k internetu připojený mobilní telefon, takto odpovědělo 98 % respondentů toho výzkumu. Jako druhé nejčastější připojované zařízení uváděli notebook anebo stolní počítač. Stejný počet respondentů uvedlo, že mají připojen k internetu tablet a Smart TV.

Tabulka 17: Jaké zařízení měli respondenti připojené k internetu

Generace	Notebook, PC	Mobilní telefon	Tablet	Smart TV	Chytrá domácnost	Jiné zařízení	Součet
Baby boomers	21	24	7	4	3	0	59
Generace X	23	24	11	9	4	3	74
Generace Y	22	25	10	14	4	3	78
Generace Z	25	25	8	9	3	1	71
<b>Suma</b>	<b>91</b>	<b>98</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>282</b>

Zdroj: vlastní zpracování

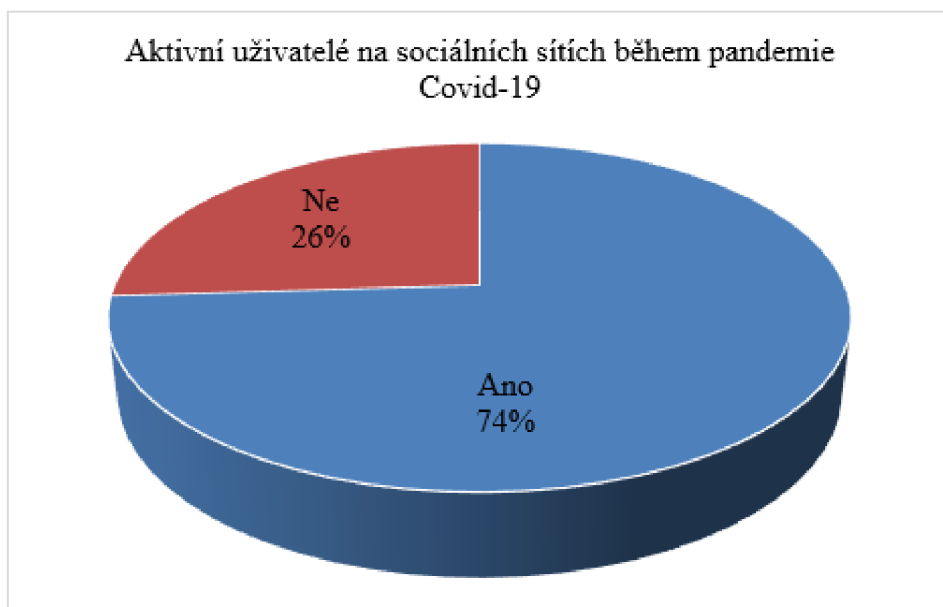
Při porovnání výsledků dotazníkového šetření z pohledu generací nejsou patrné velké rozdíly.

### 15. Jste aktivním uživatelem/uživatelkou (máte osobní profil) sociálních sítí?

Další otázkou bylo zjišťováno, jestli jsou respondenti aktivními uživateli sociálních sítí. Touto otázkou bylo myšleno, jestli mají osobní profil na sociálních sítích. U této otázky mohli odpovědět *ano* či *ne*. A také mohli zvolit možnost – *byl/a jsem, ale už jsem profil zrušil/a*. Tuto odpověď nikdo z respondentů neuvedl.



Graf 15: Aktivní uživatelé na sociálních sítích během pandemie Covid -19



Zdroj: vlastní zpracování

Na sociálních sítích bylo v době pandemie Covid-19 aktivních 74 % respondentů tohoto výzkumu.

Tabulka 18: Aktivní uživatelé na sociálních sítích během pandemie Covid -19

Generace	Ano	Ne	Součet
Baby boomers	7	18	25
Generace X	18	7	25
Generace Y	25	0	25
Generace Z	24	1	25
Suma	74	26	100

Zdroj: vlastní zpracování

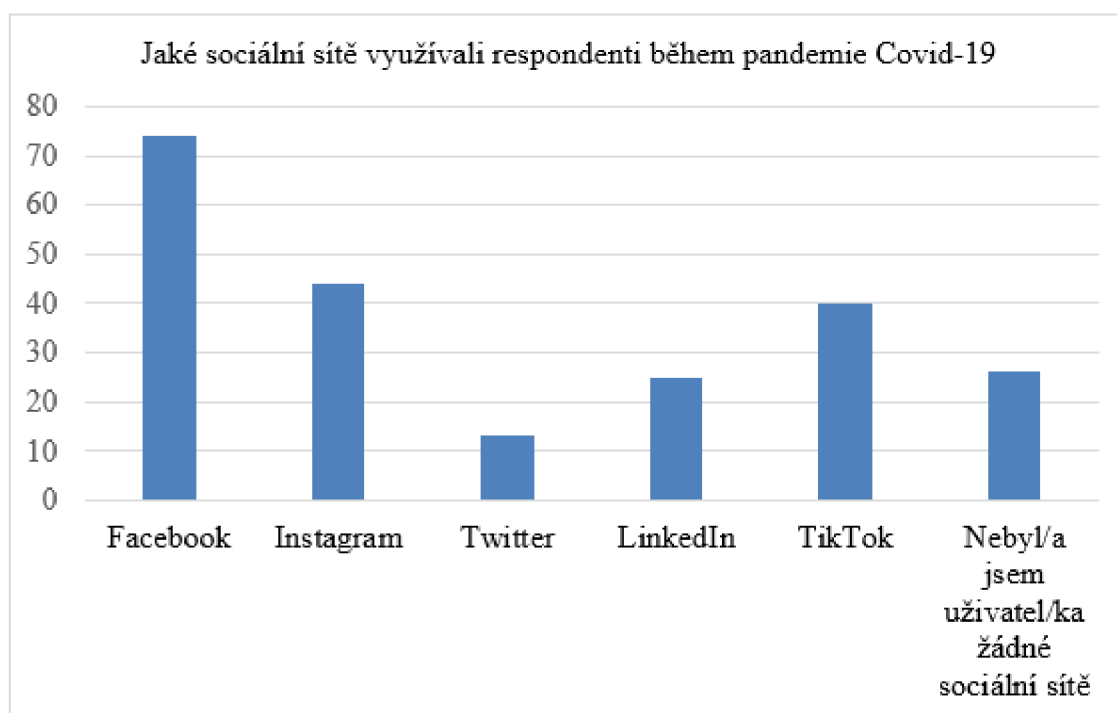
U této otázky jsou vidět zřetelné rozdíly mezi generacemi. Všichni zástupci z generace Y (Millenials) z toho výzkumu byli aktivními uživateli na sociálních sítích během pandemie. I téměř všichni z nejmladší generace toho výzkumu, generace Z, byli aktivní na sociálních sítích. I u generace X převažovali lidé, kteří byli aktivní na sociálních sítích. U nejstarší generace Baby boomers bylo aktivních na sociálních sítích pouze 28 % respondentů z jejich generace toho výzkumu.

## 16) Jaké sociální sítě jste využíval/a během pandemie Covid -19 (3/2020–3/2022)?

Můžete zvolit více možností.

Tato otázka navazovala na předešlou otázku a bylo zjišťováno, jaké konkrétní sociální sítě respondenti využívají. Jako možné odpovědi byly vybrány nejužívanější sociální sítě v České republice. Pokud respondenti využívají více sociálních sítí, mohli zaškrtnout více z následujících možností – *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *LinkedIn* a *TikTok*. Pokud respondenti nevyužívají sociální sítě, mohli zvolit možnost – *nebyl/a jsem uživatel/ka žádné sociální sítě*.

Graf 16: Jaké sociální sítě využívali respondenti během pandemie Covid -19



Zdroj: vlastní zpracování

Z odpovědí respondentů je zřejmé, že nejvíce během pandemie byli respondenti aktivní na Facebooku. Na Facebooku bylo aktivních 74 % respondentů tohoto výzkumu. Druhou nejoblíbenější sociální sítí dle respondentů byl Instagram, kde bylo aktivních 44 % respondentů. Třetí nejoblíbenější sociální sítí mezi respondenty, byla jedna z nejnovějších sociálních sítí TikTok.

Tabulka 19: Jaké sociální sítě využívali respondenti během pandemie Covid -19

Generace	Facebook	Instagram	Twitter	LinkedIn	TikTok	Nebyl/a jsem uživatel/ka žádné sociální sítě	Součet
Baby boomers	7	2	2	8	0	18	37
Generace X	18	10	3	3	3	7	44
Generace Y	25	13	4	10	16	0	68
Generace Z	24	19	4	4	21	1	73
Suma	74	44	13	25	40	26	222

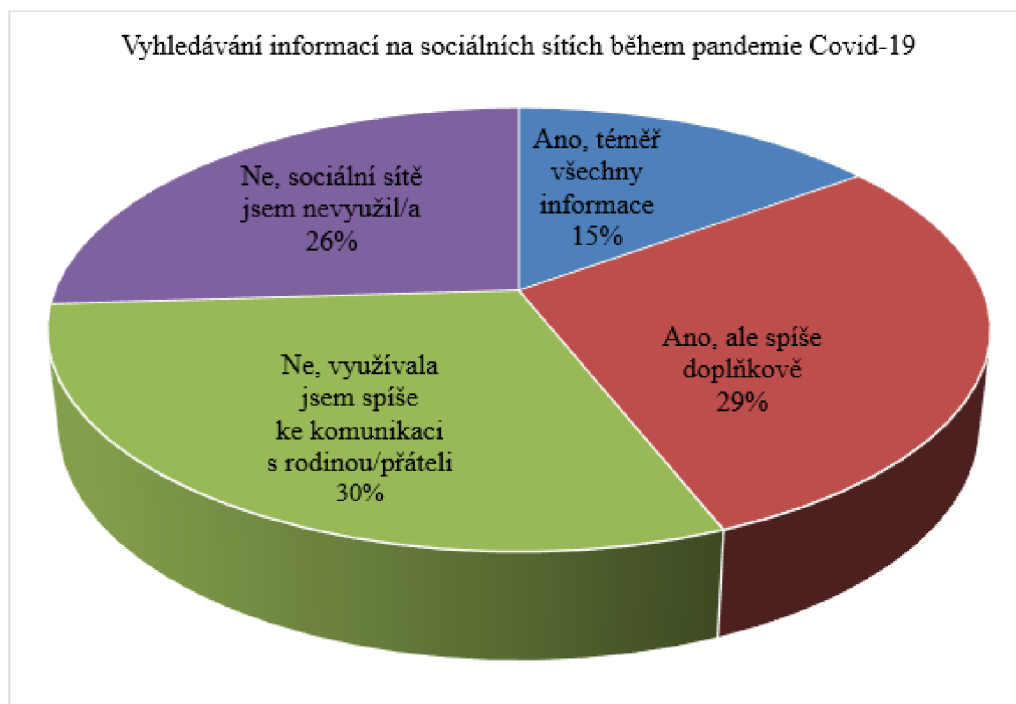
Zdroj: vlastní zpracování

Mezi generacemi jsou rozeznatelné rozdíly v oblíbenosti sociálních sítích. Z generace Baby boomers bylo na sociálních sítích pouze 7 respondentů z 25 respondentů tohoto výzkumu, někteří respondenti využívali více sociálních sítí. Zástupci generace Baby boomers nejčastěji využívali profesní síť LinkedIn a Facebook. U následující generace, generace X, byl také využívaný Facebook, jako druhý nejčastějším byl Instagram. Je zajímavé, že u této generace ze všech generací nejméně využívali LinkedIn. Naopak ze všech generací, nejvíce využívali LinkedIn zástupci generace Y. U této generace byli všichni aktivními uživateli Facebooku. Je překvapující, že 64 % respondentů této generace bylo aktivní na sociální síti TikTok. TikTok byl druhou nejoblíbenější sociální sítí respondentů z generace Z. I nejvíce zástupců z generace Z uvedlo, že bylo aktivních na Facebooku.

### 17. Získával/a jste informace o aktuální situaci Covid-19 na sociálních sítích?

Další otázka se také týkala sociálních sítí, jako u předešlé otázky. V této otázce bylo zjišťováno, jestli respondenti získávali informace o aktuální situaci o pandemii Covid-19. Respondenti mohli zvolit jednu z následujících možností – *ano, téměř všechny informace; ano, ale spíše doplňkově; ne, využíval/a jsem sociální sítě spíše ke komunikaci s rodinou/přáteli a ne, sociální sítě jsem nevyužil/a.*

Graf 17: Vyhledávání informací na sociálních sítích během pandemie Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování

Z výsledků dotazníkového šetření vyšlo, že pouze 15 % respondentů získali ze sociálních sítí veškeré informace o průběhu a aktuálních informací o pandemii Covid-19. Avšak 29 % respondentů uvedlo, že sociální sítě používalo doplňkově ke zpravodajství z televize či tištěných nebo online deníků. Nejvíce z dotazovaných uvedlo, že sociální sítě zejména využívali ke komunikaci s rodinou a přáteli.

Tabulka 20: Vyhledávání informací na sociálních sítích během pandemie Covid -19

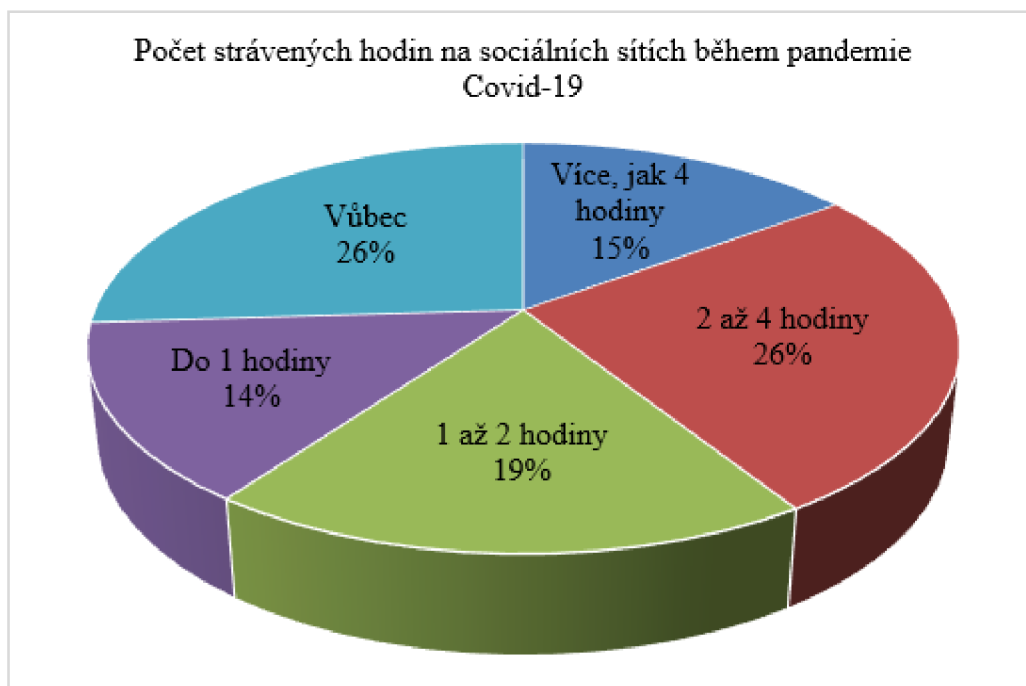
Generace	Ano, téměř všechny informace	Ano, ale spíše doplňkově	Ne, využívala jsem spíše ke komunikaci	Ne, sociální sítě jsem nevyužil/a	Součet
Baby boomers	1	2	4	18	25
Generace X	1	8	9	7	25
Generace Y	5	9	11	0	25
Generace Z	8	10	6	1	25
<b>Suma</b>	<b>15</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování

### 18. Kolik hodin jste trávil/a během pandemie Covid-19 (3/2020–3/2022) na sociálních sítích?

Tato otázka navazovala na předešlou otázku a zjišťovala, jak dlouho trávili respondenti na sociálních sítích během pandemie Covid-19. Respondenti měli na výběr z následujících možností – *více, jak 4 hodiny; 2 až 4 hodiny; 1 až 2 hodiny; do 1 hodiny anebo vůbec.*

Graf 18: Počet strávených hodin na sociálních sítích během pandemie Covid -19



Zdroj: vlastní zpracování

Z výsledků dotazníkového šetření je evidentní, že nejvíce respondentů trávilo na sociálních sítích během pandemie 2 až 4 hodiny svého volného času. Více, jak 4 hodiny svého volného času trávilo na sociálních sítích 15 % respondentů. Téměř stejný počet respondentů trávilo na sociálních sítích pod 1 hodinu.

Tabulka 21: Počet strávených hodin na sociálních sítích během pandemie Covid -19

Generace	Více, jak 4 hodiny	2 až 4 hodiny	1 až 2 hodiny	Do 1 hodiny	Vůbec	Součet
Baby boomers	0	2	1	4	18	25
Generace X	2	1	10	5	7	25
Generace Y	4	12	6	3	0	25
Generace Z	9	11	2	2	1	25
Suma	15	26	19	14	26	100

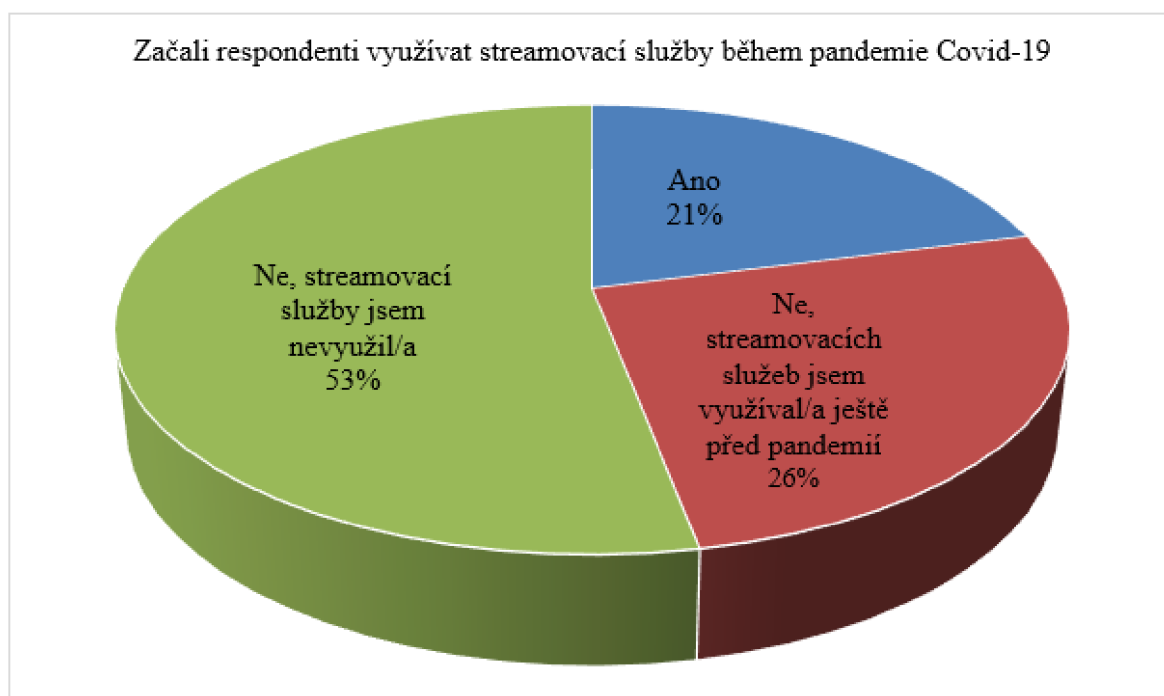
Zdroj: vlastní zpracování

Mezi sledovanými generacemi jsou znatelné rozdíly. Respondenti toho výzkumu z nejstarší generace, Baby boomers, byli nejčastěji na sociálních sítích do 1 hodiny. Nikdo z respondentů této generace nestrávil na sociálních sítích více, jak 4 hodiny. Mladší generace Z a Y trávili více času na sociálních sítích během pandemie Covid -19. Generace X nejčastěji během pandemických dnů byla na sociálních sítích 1 až 2 hodiny. Následující generace, Millenials, trávila nejčastěji 2 až 4 hodiny svého volného času. Stejně tak jako generace Z.

**19. Začal/a jste během pandemie Covid-19 (3/2020–3/2022) využívat služby streamovacích služby (Netflix, HBO GO)?**

U další otázky bylo zjišťováno, jestli respondenti využívali služby streamovacích služby. Respondenti mohli zvolit jednu z následujících možností – *ano*; *ne, streamovacích služeb jsem využíval/a ještě před pandemií* anebo *ne, streamovací služby jsem nevyužil/a*.

Graf 19: Začali respondenti využívat streamovací služby během pandemie Covid -19



Zdroj: vlastní zpracování

Více, jak polovina respondentů tohoto výzkumu nevyužívala streamovací služby ke sledování filmů a seriálů. 26 % respondentů mělo zaplacené streamovací služby ještě před začátkem pandemie Covid-19. Více, jak pětina respondentů tohoto výzkumu začali využívat streamovací služby během pandemie.

Tabulka 22: Začali respondenti využívat streamovací služby během pandemie Covid -19

Generace	Ano	Ne, streamovacích služeb jsem využíval/a ještě před pandemií	Ne, streamovací služby jsem nevyužil/a	Součet
Baby boomers	1	2	22	25
Generace X	5	6	14	25
Generace Y	9	6	10	25
Generace Z	6	12	7	25
Suma	21	26	53	100

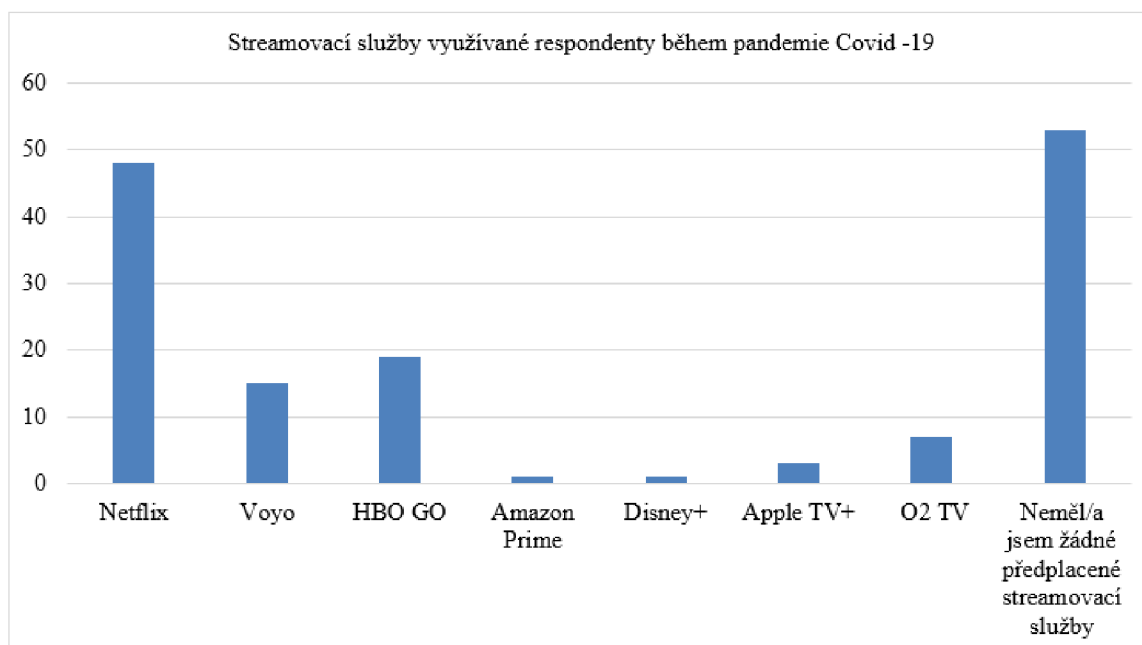
Zdroj: vlastní zpracování

Z výsledků dotazníkového šetření je evidentní, že čím mladší generace, tím více využívá služby streamovacích služeb. Z generace Z mělo streamovací služby celkem 18 respondentů, z čehož 6 respondentů začalo sledovat filmy a seriály na streamovacích službách během pandemie. Z generace Y nejvíce respondentů začalo používat streamovací služby během pandemie Covid-19. U generace Baby boomers pouze 3 respondenti používali během pandemie streamovací služby a pouze 1 respondent začal využívat streamovací služby během pandemie.

## 20. Jaké streamovací služby jste využíval/a během pandemie Covid-19 (3/2020–3/2022)?

Tato otázka navazovala na předešlou otázku a bylo zjišťováno, jaké streamovací služby si respondenti předpláceli. Bylo možné zvolit více odpovědí, pokud respondenti využívali více streamovacích služeb. Mezi odpověďmi byly zařazené nejvíce využívané streamovací služby v České republice – *Netflix*; *Voyo*; *HBO GO (HBO Max)*; *Amazon Prime*; *Disney+*; *Apple TV+*; *O2 TV* a bylo možné zvolit možnost, že nevyužívají streamovací služby.

Graf 20: Streamovací služby využívané respondenty během pandemie Covid -19



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu je patrné, že nejčastěji respondenti sledují filmy a seriály na streamovací službě Netflix. Další oblíbené streamovací služby jsou HBO Go a Voyo. Ostatní streamovací služby nebyli mezi respondenty příliš rozšířeny.

Tabulka 23: Streamovací služby využívané respondenty během pandemie Covid -19

Generace	Netflix	Voyo	HBO	Amazon Prime	Disney+	Apple TV+	O2 TV	Neměl/a jsem žádné předplacené streamovací služby	Součet
Baby boomers	3	1	2	1	0	0	0	22	29
Generace X	11	0	5	0	0	1	2	14	33
Generace Y	16	5	7	0	1	2	4	10	45
Generace Z	18	9	5	0	0	0	1	7	40
<b>Suma</b>	<b>48</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>53</b>	<b>147</b>

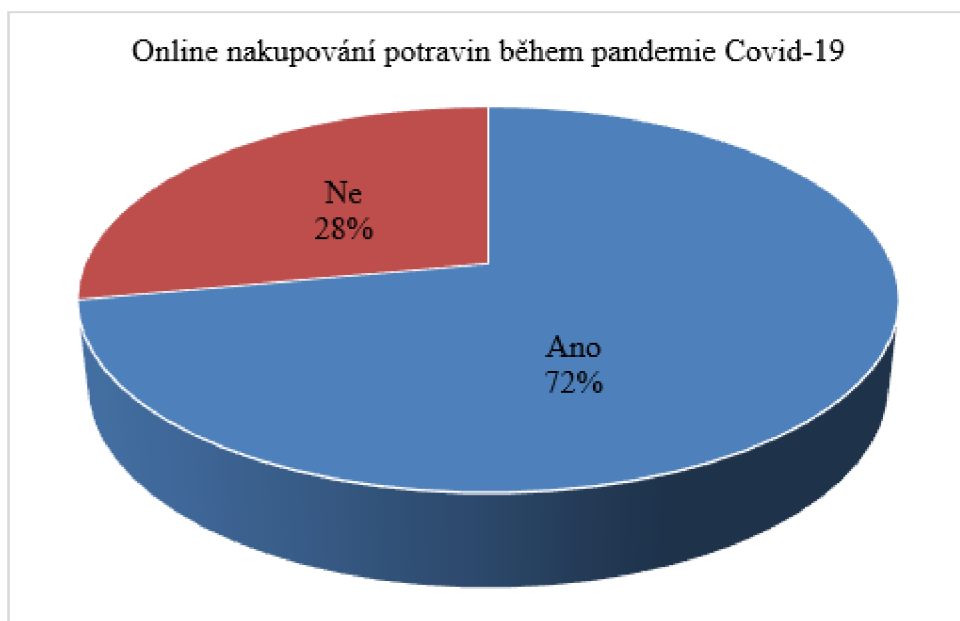
Zdroj: vlastní zpracování

Z odpovědí respondentů nelze řádně určit, jestli nějaké generace preferují určitou streamovací službu.

### 21. Nakupoval/a jste během pandemie Covid -19 (3/2020–3/2022) potraviny přes internet? Např. Rohlik.cz, Košík.cz, Tesco Online nákupy

U další otázky bylo zjišťováno, jestli respondenti nakupovali během pandemie potraviny online. U této otázky byly možné pouze 2 odpovědi *ano* a *ne*.

Graf 21: Online nakupování potravin během pandemie Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování

Z výsledku dotazníkového šetření je patrné, že 72 % respondentů nakoupilo alespoň jednu potraviny na internetu.



Tabulka 24: Online nakupování potravin během pandemie Covid-19

Generace	Ano	Ne	Součet
Baby boomers	12	13	25
Generace X	20	5	25
Generace Y	22	3	25
Generace Z	18	7	25
Suma	72	28	100

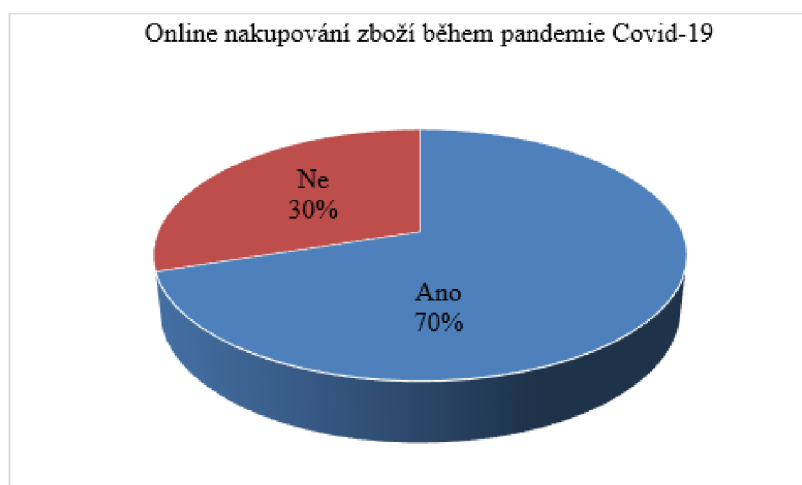
Zdroj: vlastní zpracování

Mezi odpověďmi respondentů jsou patrné rozdíly mezi generacemi. Na základě dotazníkového šetření vyšlo, že nejčastěji online nakupují potraviny zástupci generace X a generace Y. Méně nakupovali online potraviny zástupci generace Baby boomers a generace Z. U generace Z to může být pravděpodobně dáno tím, že během pandemie respondenti bydleli u rodičů, tudíž nenakupovali potraviny. U generace Baby boomers je to pravděpodobně způsobeno nižšími zkušenostmi s online nakupováním.

## 22. Nakupoval/a jste oblečení, vybavení pro domácnost atd. během pandemie Covid - 19 (3/2020–3/2022) přes internet? Např. Alza.cz, Mall.cz, ZOOT.cz

Tato otázka je podobná, jako otázka předešlá. Avšak u této otázky bylo zjišťováno, jestli respondenti nakupovali během pandemie Covid-19 zboží online. U této otázky byly možné pouze 2 odpovědi *ano* a *ne*.

Graf 22: Online nakupování zboží během pandemie Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování

Z dotazníkového šetření vyšlo, že 70 % respondentů nakoupilo oblečení, vybavení pro domácnost a atd. online.

Tabulka 25: Online nakupování zboží během pandemie Covid-19

Generace	Ano	Ne	Součet
Baby boomers	13	12	25
Generace X	18	7	25
Generace Y	20	5	25
Generace Z	19	6	25
Suma	70	30	100

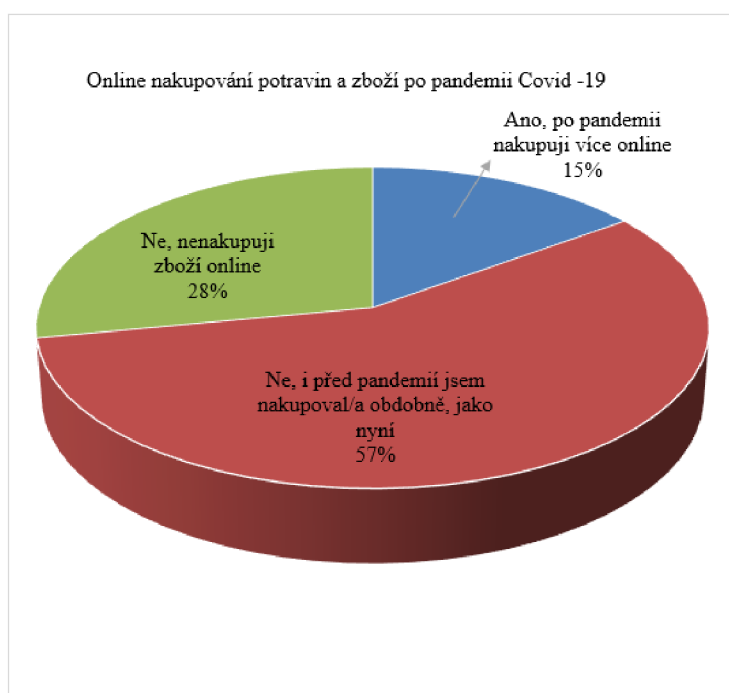
Zdroj: vlastní zpracování

Mezi generacemi nejsou patrné velké rozdíly. Znatelnější rozdíl je u generace Baby boomers, kde pouze polovina respondentů nakoupila zboží online.

### 23. Nakupujete po pandemii více potravin či jiného zboží online (na internetu)?

Tato otázka navazuje na předešlé otázky, které pojednávaly o nakupování potravin a zboží online. Otázkou bylo zjišťováno, jestli se změnilo nákupní chování respondentů po pandemii Covid-19. Respondenti mohli zvolit z následujících možností – *ano, po pandemii nakupuji více online; ne, i před pandemii jsem nakupovala obdobně, jako nyní anebo ne, nenakupuji zboží online.*

Graf 23: Online nakupování potravin a zboží po pandemii Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování

Z výsledku dotazníkového šetření je patrné, že pandemie Covid-19 neovlivnila respondenty k více nakupování potravin a zboží online. Pouze 15 % respondentů nakupuje po pandemii Covid-19 více než před pandemií. Zbýlých 28 % nenakupovalo zboží před pandemií ani po pandemii.

Tabulka 26: Online nakupování potravin a zboží po pandemii Covid-19

Generace	Ano, po pandemii nakupuji více online	Ne, i před pandemií jsem nakupoval/a obdobně, jako nyní	Ne, nenakupuji zboží online	Součet
Baby boomers	3	10	12	25
Generace X	2	18	5	25
Generace Y	8	15	2	25
Generace Z	2	14	9	25
Suma	15	57	28	100

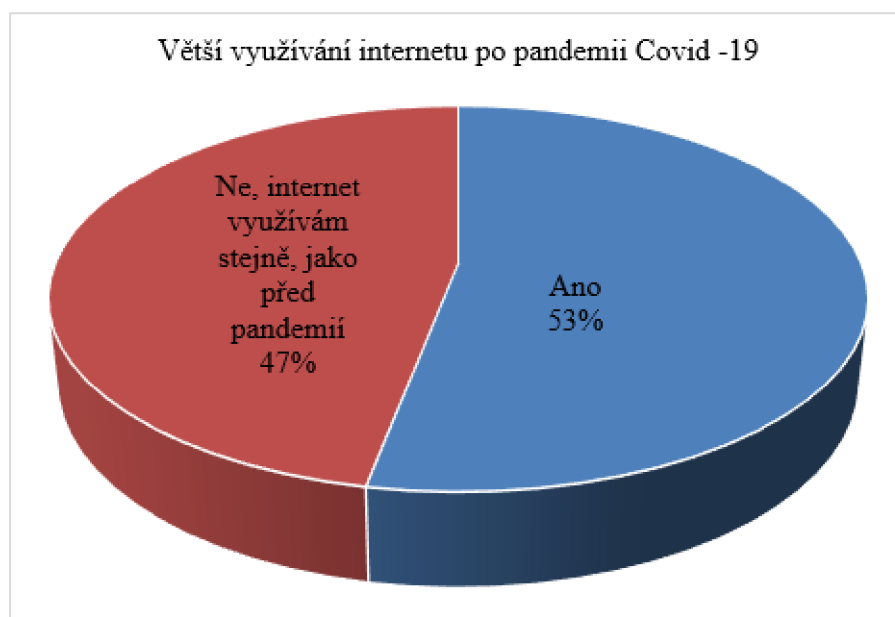
Zdroj: vlastní zpracování

Mezi generacemi nejsou patrné velké rozdíly. Největší nárůst v nakupování online mezi generacemi zaznamenala generace Y.

#### 24. Využíváte nyní internet v domácnosti více, než jste užíval/a před pandemií Covid - 19 (3/2020–3/2022)?

U poslední otázky bylo zjišťováno, jestli po pandemii Covid-19 respondenti více využívají internet v domácnosti. Respondenti si mohli zvolit jednu z možností – *Ano*; *Ne, internet využívám stejně, jako před pandemií*.

Graf 24: Větší využívání internetu po pandemii Covid-19



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu je patrné, že u 47 % respondentů výzkumu, pandemie Covid-19 neovlivnila jejich využívání internetu v domácnostech a využívají internet stejně, jako před pandemií. Zbýlých 53 % respondentů mělo pocit, že internet využívají více než před pandemií.

Tabulka 27: Větší využívání internetu po pandemii Covid-19

Generace	Ano	Ne, internet využívám stejně, jako před pandemií	Součet
Baby boomers	18	7	25
Generace X	12	13	25
Generace Y	14	11	25
Generace Z	9	16	25
Suma	53	47	100

Zdroj: vlastní zpracování

Mezi generacemi jsou patrné rozdíly. Dle odpovědí respondentů, více využijí internet zástupci generace Baby boomers. Je to pravděpodobně dáno tím, že generace Baby boomers nebyla před pandemií zvyklá tolik využívat internet. Naopak nejmladší generace v tomto výzkumu, Generace Z využívala internet při každodenních činnostech.

## 6 Závěr

Cílem této diplomové práce bylo zjistit, jak pandemie Covid-19 ovlivnila chování uživatelů internetu dle generací na základě vlastního dotazníkového šetření.

### Ověření hypotéz

1. Během pandemie uživatelé začali využívat streamovací služby.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že 53 % respondentů nevyužili možností streamovacích služeb. Tato situace nastala především u generace Baby boomers, proto není hypotéza potvrzena.

2. Generace Z a generace Millennials získávaly většinu informací o průběhu pandemie a vládních opatřeních na sociálních sítích, zejména na Instagramu.

Dotazníkové šetření nastínilo, že zástupci obou generací vyhledávali informace o pandemii na sociálních sítích pouze doplňkově. Hlavní zdroj pro získávání relevantních informací využívali zpravodajské služby. Tudiž hypotéza není potvrzena.

3. Po pandemii více jednotlivců nakupuje potraviny a zboží online.

Výsledky dotazníkového šetření ukázaly, že 57 % respondentů nakupuje zboží a služby online obdobně jako před pandemií. Při detailním zkoumání bylo zjištěno, že nejvíce generace Y začala více nakupovat po pandemii online. Přesto tato třetí hypotéza nebyla potvrzena.

4. Studenti během pandemie byli nespokojeni s online výukou.

Na základě křížového porovnání respondentů, kteří ještě studují napříč mladšími generacemi, bylo zjištěno, že byli nespokojeni průběhem online výuky. Při rozhovorech vyšlo najevo, že jim chyběl lidský kontakt, zejména jejich spolužáci. Velkou překážkou online výuky bylo špatné domácí připojení k internetu a zároveň nedostatek klidného místa k výuce. Hypotéza byla potvrzena jako pravdivá.

5. Generace Z ze všech ostatních sledovaných generací během pandemie trávila čas hraním online her.

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že zástupci generace Z nejvíce hrají online hry, jak před pandemií, tak i po ní. Hypotéza byla potvrzena jako pravdivá.

### **Závěr mezinárodního srovnání**

Na základě získaných dat z Českého statistického úřadu a dat z Eurostatu jsou zhodnoceny dopady na celkovou populaci v České republice, ve státech Evropské unie a dalších evropských zemích.

Pro srovnání byly použity datové zdroje z Eurostatu a byly vybrány 4 relevantní jevy: využívání internetu, využívání emailu, využívání sociálních sítí a nakupování online. Zhodnocení probíhalo v rámci zemí Evropské unie, členů Visegradské skupiny a ostatních evropských zemích v letech 2019 až 2023.

Česká republika v porovnání se státy Visegradské skupiny největší procentuální zastoupení ve využívání internetu a online nakupování. Maďarsko zaznamenalo značný nárůst ve využívání sociálních sítí v době pandemie Covid-19. V rámci celé V4 využívalo sociální sítě nejvíce. Hodnoty u Slovenské republiky ve všech sledovaných jevech byly značně nestabilní. Občané Slovenské republiky v době nástupu pandemie Covid-19 začali více využívat sociální sítě.

Česká republika má celkově ve všech sledovaných jevech rostoucí trend a její hodnoty se pohybují kolem průměru zemí EU. Kromě tedy jevu využívání emailu, zde je více nad průměrem. Dánské království se objevuje nejčastěji mezi státy EU, které nejvíce využívají internet, sociální sítě, e-mailovou komunikaci a online nakupování v letech 2019–2023. Bulharská republika a Chorvatská republika se nejčastěji objevují mezi státy EU, které nejméně využívaly možnosti internetu dle stanovených jevů. Důležité je zmínit hodnoty Lucemburského velkovévodství, kde v roce 2023 využívalo internet 99,4 % populace.

Další ze zajímavých výsledků jsou hodnoty Albánské republiky, které jsou značně pod průměrem států EU ve všech sledovaných jevech.

Hodnoty sledovaných jevů v podstatě ukazují ekonomickou vyspělost dané země. Mezinárodní srovnání naznačuje velké rozdíly mezi jednotlivými státy Evropské unie.

## 7 Seznam použitých zdrojů

ANDERS, David a Sean ANDERS, 2023. Yes, the Technology Your Internet Provider Uses Does Make a Difference. *Cnet* [online]. [cit. 2024-01-19]. Dostupné z: <https://www.cnet.com/home/internet/internet-connection-types/>

BEAL, Vangie, 2021. ADSL – asymmetric digital subscriber line. *Webopedia* [online]. [cit. 2024-01-11]. Dostupné z: <https://www.webopedia.com/definitions/adsl/>

BEAL, Vangie, 2021. Types Of Internet Connections. *Webopedia* [online]. [cit. 2024-01-11]. Dostupné z: <https://www.webopedia.com/reference/internet-connection-types/>

BEAL, Vangie, 2021. What Does WiFi Mean? *Webopedia* [online]. [cit. 2024-01-19]. Dostupné z: <https://www.webopedia.com/insights/wifi-explained/>

BEJTKOVSKÝ, Jiří, 2018. Using of traditional recruitment methods and tools and E-recruitment by employees of Baby Boomers Generation, Generation X, Generation Y and Generation Z in selected healthcare service providers in the Czech Republic. *Silesian University in Opava* [online]. [cit. 2023-01-29]. Dostupné z: <https://aak.slu.cz/pdfs/aak/2018/04/02.pdf>

BERGDAHL, Michael, 2018. *Putting Your Employees First : The ABC's for Leaders of Generations X, y, and Z*. Naperville: Simple Truths. 176 s. ISBN 978-1492662082.

BLOOMENTHAL, Andrew, 2024. E-commerce Defined: Types, History, and Examples. *Investopedia* [online]. [cit. 2024-03-30]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/e/ecommerce.asp>

BLUM, Andrew, 2013. *Z čeho je internet: výprava do nitra světové sítě*. Brno: Computer Press. 210 s. ISBN 978-80-2513-800-7.

BREJČÁK, Peter, 2023. Lídry znáte, poznejte i ostatní. Představujeme unikátní žebříček 100 největších e-shopů v Česku. *Czechcrunch* [online]. [cit. 2024-02-12]. Dostupné z: <https://cc.cz/lidry-znate-poznejte-i-ostatni-predstavujeme-unikatni-zebricek-100-nejvetsich-e-shopu-v-cesku/>

BURGESS, Jean a GREEN, 2018. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. 2. vydání. Polity press. ISBN 978-1-5095-3359-6.

CAMPO, Kim Tucker, 2023. How Gamers' Health Fared During the Pandemic. *New york tech* [online]. [cit. 2024-01-30]. Dostupné z: [https://www.nyit.edu/news/features/how\\_gamers\\_health\\_fared\\_during\\_the\\_pandemic](https://www.nyit.edu/news/features/how_gamers_health_fared_during_the_pandemic)

CIESLAR, Jan, 2022. Práce na dálku se i díky pandemii stává běžnou. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2023-11-29]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/prace-na-dalku-se-i-diky-pandemii-stava-beznou>

CLEMENT, J., 2024. CLEMENT, J., 2024. COVID-19 impact on the gaming industry worldwide - Statistics & Facts. *Statista* [online]. [cit. 2024-03-01]. Dostupné z:

<https://www.statista.com/topics/8016/covid-19-impact-on-the-gaming-industry-worldwide/#topicOverview>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. *Covid-19 v roce 2021 usmrtil 25,5 tisíce obyvatel Česka* [online]. [cit. 2024-02-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/covid-19-v-roce-2021-usmrtil-255-tisice-obyvatel-ceska>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. *O ČSÚ* [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/o-csu>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. *Státní statistická služba ČR* [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/statni-statisticka-sluzba-cr>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. *Struktura a vedení úřadu* [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/struktura\\_a\\_vedeni\\_uradu](https://www.czso.cz/csu/czso/struktura_a_vedeni_uradu)

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2020. *Podíl nakupujících na internetu se meziročně zvýšil z 39 na 54 %* [online]. [cit. 2023-06-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/podil-nakupujicich-na-internetu-se-mezirocne-zvysil-z-39-na-54->

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. *Používání internetu pro zábavu* [online]. [cit. 2024-02-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/191486287/0620042309.pdf/f73cd0b8-acc5-4e62-a67c-6f6da2e97324?version=1.1>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2019. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci - 2019* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vyuzivani-informacnich-a-komunikacnich-technologii-v-domacnostech-a-mezi-jednotlivci-2019>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2020. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci - 2020* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vyuzivani-informacnich-a-komunikacnich-technologii-v-domacnostech-a-mezi-jednotlivci-2020>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2021. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami - 2021* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vyuzivani-informacnich-a-komunikacnich-technologii-v-domacnostech-a-mezi-jednotlivci-2021>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2022. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami - 2022* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vyuzivani-informacnich-a-komunikacnich-technologii-v-domacnostech-a-mezi-osobami-2022>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2022. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami – metodický úvod* [online]. [cit. 2023-03-09].



Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/164606768/06200422m.pdf/535c22b1-03da-4d6e-ae84-85785efc0762?version=1.1>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami - 2023 – 1. Počítače a internet v domácnostech* [online]. [cit. 2024-01-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/1-pocitace-a-internet-v-domacnostech-qzkmcc48qg>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami - 2023 – 6. Komunikace na internetu* [online]. [cit. 2024-03-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/6-komunikace-na-internetu-e6rtdw1on3>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami - 2023 – 8. Vyhledávání vybraných informací na internetu* [online]. [cit. 2024-01-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/8-vyhledavani-vybranych-informaci-na-internetu-sa1u7phzlu>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami - 2023 – 14. Nakupování přes internet* [online]. [cit. 2024-03-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/14-nakupovani-pres-internet>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023. *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi osobami - 2023 – 15. Zboží a služby nakupované přes internet* [online]. [cit. 2024-01-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/15-zbozi-a-sluzby-nakupovane-pres-internet>

DELOITTE, 2023. *The Deloitte Global 2022 Gen Z & Millennial survey. Striving for balance, advocating for change* [online]. [cit. 2023-05-16]. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>

DIXON, Stacy Jo, 2022. Instagram accounts with the most followers worldwide. 2022. *Statista* [online]. [cit. 2022-06-26]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/>

DIXON, Stacy Jo, 2022. Twitter – Statistics & Facts. 2022. *Statista* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: [https://www.statista.com/topics/737/twitter/#topicHeader\\_\\_wrapper](https://www.statista.com/topics/737/twitter/#topicHeader__wrapper)

DREDGE, Stuart, 2016. YouTube was meant to be a video-dating website. *The Guardian* [online]. [cit. 2024-01-30]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2016/mar/16/youtube-past-video-dating-website>

DUFFY, Clare, 2022. A brief history of Elon Musk's special relationship with Twitter. *CNN Business* [online]. [cit. 2024-03-28]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2022/04/05/tech/twitter-elon-musk-history/index.html>

EUROSTAT, 2024. *About us – Our history* [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/about-us/history>

EUROSTAT, 2024. *About us – Who we are* [online]. [cit. 2024-02-05]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/about-us/who-we-are>

EUROSTAT, 2024. *Individuals - internet use* [online]. [cit. 2024-03-03]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC\\_CI\\_IFP\\_IU/default/table](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_CI_IFP_IU/default/table)

EUROSTAT, 2024. *Individuals using the internet for buying goods or services* [online]. [cit. 2024-03-03]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00096/default/table?lang=en>

EUROSTAT, 2024. *Individuals using the internet for participating in social networks* [online]. [cit. 2024-03-03]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00127/default/table?lang=en>

EUROSTAT, 2024. *Individuals using the internet for sending/receiving e-mails* [online]. [cit. 2024-03-03]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00094/default/table?lang=en>

EVROPSKÁ UNIE, 2024. *Historie EU* [online]. [cit. 2024-01-16]. Dostupné z: [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles\\_cs](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles_cs)

EVROPSKÁ KOMISE, 2024. *Rozšíření EU* [online]. [cit. 2024-01-16]. Dostupné z: [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/eu-enlargement\\_cs#akce](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/eu-enlargement_cs#akce)

EVROPSKÁ UNIE, 2024. *Zásady a hodnoty* [online]. [cit. 2024-01-16]. Dostupné z: [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/principles-and-values\\_cs](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/principles-and-values_cs)

e15, 2022. *Evropská unie přehledně: Mapa, členské státy, instituce, eurozóna a kandidátské země - Brexit* [online]. [cit. 2024-01-16]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/evropska-unie-staty-mapa-sidlo-instituce-euro#brexit>

CHLEBEK, Tomáš, 2022. *Blockbustery, kvalitní televize a velké umění. Toto je přehled streamovacích služeb v Česku.* *Czechcrunch* [online]. [cit. 2024-02-11]. Dostupné z: <https://cc.cz/blockbustery-kvalitni-televize-a-velke-umeni-toto-je-prehled-streamovacich-sluzeb-v-cesku/>

KEMP, Simon, 2022. *Digital 2022: Czechia.* *DATAREPORTAL* [online]. [cit. 2023-06-26]. Dostupné z: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-czechia>

KOMENDA, Martin, 2024. *COVID-19: Přehled aktuální situace v ČR. Onemocnění aktuálně.* *Ministerstvo zdravotnictví* [online]. [cit. 2022-02-09]. Dostupné z: <https://onemocneni-aktualne.mzcr.cz/covid-19>

KOMLJENOVIC, Janja, 2018. *Linkedin, platforming labour, and the new employability mandate for universities.* *Taylor & Francis Online* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14767724.2018.1500275?scroll=top&needAccess=true>

LINKEDIN, 2023. *LinkedIn – Digital Services Act Transparency Report* [online]. [cit. 2024-01-29]. Dostupné z: [https://content.linkedin.com/content/dam/help/linkedin/en-us/October-2023-LinkedIn-DSA-Transparency-Report10.pdf?fbclid=IwAR1vbhQUj8XO0cwxAWcAXs8M1nrpnHD4vFW69ytYyt8I6sib-b-Q-SQDUmC4\\_aem\\_ASNqb74cTUj7n0gvPVWADiJzawMTwwhdIhe\\_PpoNR8HEX4kUVrn6a9Rk3jyfHAKwSymOVIQYUWg\\_cSIExelXuqbz](https://content.linkedin.com/content/dam/help/linkedin/en-us/October-2023-LinkedIn-DSA-Transparency-Report10.pdf?fbclid=IwAR1vbhQUj8XO0cwxAWcAXs8M1nrpnHD4vFW69ytYyt8I6sib-b-Q-SQDUmC4_aem_ASNqb74cTUj7n0gvPVWADiJzawMTwwhdIhe_PpoNR8HEX4kUVrn6a9Rk3jyfHAKwSymOVIQYUWg_cSIExelXuqbz)

LINKEDIN, 2022. *LinkedIn – o společnosti* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://about.linkedin.com/cs-cz?lr=1m>

MACHOTKOVÁ, Šárka, 2024. *Tvoříme Evropu - Vstup ČR do Schengenu* [online]. [cit. 2024-01-16]. Dostupné z: <https://tvorimeevropu.cz/ja-a-eu/vstup-cr-do-schengenu/>

MANOVICH, Lev, 2017. Instagram and Contemporary Image. *Manovich* [online]. [cit. 2024-01-29]. Dostupné z: <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>

MARR, Bernard, 2023. Here's What The Future Of The Internet Will Look Like. *LinkedIn* [online]. [cit. 2024-01-12]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/heres-what-future-internet-look-like-bernard-marr/>

MCKINSEY & COMPANY, 2023. *What is Gen Z?* [online]. [cit. 2022-03-27]. Dostupné z: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z>

META, 2022. *Meta – Our Principles* [online]. [cit. 2022-06-27]. Dostupné z: <https://about.facebook.com/company-info/>

MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2024. *Historie a současnosti EU* [online]. [cit. 2024-01-16]. Dostupné z: [https://mzv.gov.cz/jnp/cz/zahranicni\\_vztahy/cr\\_v\\_evrope/historie\\_a\\_soucasnost\\_eu/index.html](https://mzv.gov.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/cr_v_evrope/historie_a_soucasnost_eu/index.html)

MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY, 2023. *Informace o nemoci covid-19* [online]. [cit. 2024-02-09]. Dostupné z: <https://www.mzcr.cz/informace-o-nemoci-covid-19/>

MONTOYA, Jose, 2023. The History of online shopping. *LinkedIn* [online]. [cit. 2024-02-15]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/history-online-shopping-coffeebreak-logistics-supply-chain/>

MLADENOV, Veselin, 2022. Vše o TikToku - dokonalý průvodce (SEO, fakta, statistiky). *Ranktracker* [online]. [cit. 2023-11-29]. Dostupné z: <https://www.ranktracker.com/cs/blog/all-about-tiktok-the-ultimate-guide-seo-facts-stats/>

NAUMANN, Friedrich, 2009. *Dějiny informatiky: od abaku k internetu*. Praha: Academia. Galileo. 424 s. ISBN 978-80-200-1730-7.

NEŠPOR, Zdeněk, 2020. Sociologická encyklopedie - Generace. *Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.* [online]. [cit. 2023-03-28]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Generace>

NETFLIX, 2024. *About Netflix* [online]. [cit. 2024-02-08]. Dostupné z: <https://about.netflix.com/en>

NIEMCZYNOWICZ, Agnieszka. a kol. 2023. *Managing Generation Z: Motivation, Engagement a Loyalty*. Taylor & Francis. ISBN 9781032406084.

PHIPPS, Jenna, 2021. 5G. *Webopedia* [online]. [cit. 2024-01-29]. Dostupné z: <https://www.webopedia.com/definitions/5g/>

PIERRET, Charles R. The 'sandwich generation': women caring for parents and children: MLR. *Monthly Labor Review* [online]. 2006, vol. 129, no. 9, s. 3-9. ISSN 00981818. Dostupné z: <https://www.proquest.com/trade-journals/sandwich-generation-women-caring-parents-children/docview/235651819/se-2>

ROBINSON, Olga, 2022. War in Ukraine: Instagram banned in Russia over 'calls to violence'. *BBC News* [online]. [cit. 2023-02-26]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/technology-60709208>

ROSULEK, Martin, 2022. Seznam českých influencerů na Instagramu. *Sítě v hrsti* [online]. [cit. 2022-06-26]. Dostupné z: <https://sitevhrsti.cz/seznam-ceskych-influenceru-na-instagramu/>

SLABÁ, Jitka, 2022. Vládní boj proti pandemii: přehled opatření vydaných v souvislosti s pandemií onemocnění covid-19 v Česku v letech 2020 a 2021. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2024-02-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vladni-boj-proti-pandemii-prehled-opatreni-vydanych-v-souvislosti-s-pandemii-onemocneni-covid-19-v-cesku-v-letech-2020-a-2021>

THE NEW YORK TIMES, 2023. *From Twitter to X: Elon Musk Begins Erasing an Iconic Internet Brand* [online]. [cit. 2023-11-29]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2023/07/24/technology/twitter-x-elon-musk.html>

TIDY, Joe a Sophia Smith GALER, 2020. TikTok: The story of a social media giant. *BBC News* [online]. [cit. 2023-11-28]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/technology-53640724>

TIKTOK, 2024. *O aplikaci* [online]. [cit. 2024-03-01]. Dostupné z: <https://www.tiktok.com/about?lang=cs>

TWITTER, 2022. *Twitter – Our company* [online]. [cit. 2022-07-01]. Dostupné z: <https://about.twitter.com/en/who-we-are/our-company>  
(VISEGRAD GROUP, 2024)

VISEGRAD GROUP, 2024. *Visegrad Group – Historie* [online]. [cit. 2024-01-16]. Dostupné z: <https://www.visegradgroup.eu/historie>

VÁCLAVÍK, Lukáš, 2017. Před 25 lety se Československo připojilo k Internetu. Připomeňte si hlavní milníky. *Cnews* [online]. [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://www.cnews.cz/clanky/pred-25-lety-se-ceskoslovensko-pripojilo-k-internetu-pripomente-si-hlavni-milniky/>

VISEGRAD GROUP, 2024. *Visegrad Group – Historie V4* [online]. [cit. 2024-01-16]. Dostupné z: <https://www.visegradgroup.eu/historie>

VISEGRAD GROUP, 2024. *Visegrad Group – O V4* [online]. [cit. 2024-01-16]. Dostupné z: <https://www.visegradgroup.eu/v4-110412>

WARC, 2021. *Gen Z spend more time gaming than using social media* [online]. [cit. 2024-02-16]. Dostupné z: <https://www.warc.com/content/article/warc-curated-datapoints/gen-z-spend-more-time-gaming-than-using-social-media/138696>

ZORMANOVÁ, Lucie, 2021. Distanční výuka pohledem učitelů, rodičů a žáků. *Metodický portál RVP* [online]. [cit. 2024-02-11]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/22968/DISTANCNI-VYUKA-POHLEDEM-UCITELU,-RODICU-A-ZAKU.html>

ZELENKA, Filip, 2022. Přehledně: Netflix, HBO Max, Disney+ či Amazon. Srovnání streamovacích služeb v Česku. *e15* [online]. [cit. 2024-02-11]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/netflix-hbo-disney-amazon-srovnani-sluzeb>

CHLEBEK, Tomáš, 2022. Blockbustery, kvalitní televize a velké umění. Toto je přehled streamovacích služeb v Česku. *Czechcrunch* [online]. [cit. 2024-02-11]. Dostupné z: <https://cc.cz/blockbustery-kvalitni-televize-a-velke-umeni-toto-je-prehled-streamovacich-sluzeb-v-cesku/>

## 8 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

### 8.1 Seznam kartogramů

Kartogram 1: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání internetu v roce 2023 .....	33
Kartogram 2: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání emailu v roce 2023	34
Kartogram 3: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání sociálních sítí v roce 2023.....	36
Kartogram 4: Porovnání jednotlivců z evropských států v nakupování zboží online v roce 2023.....	37

### 8.2 Seznam tabulek

Tabulka 1: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání internetu .....	34
Tabulka 2: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání emailu .....	35
Tabulka 3: Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání sociálních sítí.....	37
Tabulka 4: Porovnání jednotlivců z evropských států v nakupování zboží online .....	39
Tabulka 5: Počet respondentů dle pohlaví .....	42
Tabulka 6: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů.....	43
Tabulka 7: Bydliště respondentů dle počtu obyvatel .....	44
Tabulka 8: Zaměstnání respondentů během pandemie Covid-19 .....	45
Tabulka 9: Práce/studium online během pandemie Covid-19.....	46
Tabulka 10: Spokojenost respondentů s prací/studiem online během pandemie Covid-19	47
Tabulka 11: Připojení respondentů k internetu během pandemie Covid-19 .....	48
Tabulka 12: Počet strávených hodin na internetu během pandemie Covid -19 .....	49
Tabulka 13: K čemu využívali respondenti internet během pandemie Covid-19.....	51
Tabulka 14: K čemu využívali respondenti internet v dubnu a v květnu 2022 .....	52
Tabulka 15: Typ připojení k internetu respondentů během pandemie Covid -19.....	54
Tabulka 16: Počet zařízení připojených k internetu v domácnosti během pandemie Covid -19.....	55
Tabulka 17: Jaké zařízení měli respondenti připojené k internetu .....	56
Tabulka 18: Aktivní uživatelé na sociálních sítích během pandemie Covid -19 .....	57
Tabulka 19: Jaké sociální sítě využívali respondenti během pandemie Covid -19.....	59
Tabulka 20: Vyhledávání informací na sociálních sítích během pandemie Covid -19 .....	60
Tabulka 21: Počet strávených hodin na sociálních sítích během pandemie Covid -19 .....	61
Tabulka 22: Začali respondenti využívat streamovací služby během pandemie Covid -19	62
Tabulka 23: Streamovací služby využívané respondenty během pandemie Covid -19 .....	64
Tabulka 24: Online nakupování potravin během pandemie Covid-19 .....	65
Tabulka 25: Online nakupování zboží během pandemie Covid-19 .....	66
Tabulka 26: Online nakupování potravin a zboží po pandemii Covid-19.....	67
Tabulka 27: Větší využívání internetu po pandemii Covid-19 .....	68

### 8.3 Seznam grafů

Graf 1: Počet respondentů dle generací .....	41
--	----

Graf 2: Počet respondentů dle pohlaví .....	42
Graf 3: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů .....	43
Graf 4: Bydliště respondentů dle počtu obyvatel .....	44
Graf 5: Zaměstnání respondentů během pandemie Covid-19 .....	45
Graf 6: Práce/studium online během pandemie Covid-19.....	46
Graf 7: Spokojenost respondentů s prací/studiem online během pandemie Covid-19 .....	47
Graf 8: Připojení respondentů k internetu během pandemie Covid-19 .....	48
Graf 9: Počet strávených hodin na internetu během pandemie Covid -19 .....	49
Graf 10: K čemu využívali respondenti internet během pandemie Covid-19 .....	50
Graf 11: K čemu využívali respondenti internet v dubnu a v květnu 2022 .....	52
Graf 12: Typ připojení k internetu respondentů během pandemie Covid -19.....	53
Graf 13: Počet zařízení připojených k internetu v domácnosti během pandemie Covid -19 .....	54
Graf 14: Jaké zařízení měli respondenti připojené k internetu .....	56
Graf 15: Aktivní uživatelé na sociálních sítích během pandemie Covid -19 .....	57
Graf 16: Jaké sociální sítě využívali respondenti během pandemie Covid -19.....	58
Graf 17: Vyhledávání informací na sociálních sítích během pandemie Covid -19 .....	60
Graf 18: Počet strávených hodin na sociálních sítích během pandemie Covid -19 .....	61
Graf 19: Začali respondenti využívat streamovací služby během pandemie Covid -19 .....	62
Graf 20: Streamovací služby využívané respondenty během pandemie Covid -19.....	63
Graf 21: Online nakupování potravin během pandemie Covid-19 .....	64
Graf 22: Online nakupování zboží během pandemie Covid-19 .....	65
Graf 23: Online nakupování potravin a zboží po pandemii Covid-19.....	66
Graf 24: Větší využívání internetu po pandemii Covid-19 .....	67

## 8.4 Seznam použitých zkratk

**AR** rozšířená realita

**ARPA** Advanced Research Projects Agency

**BCI** Brain-computer interface

**CERN** francouzsky Conseil Européen pour la recherche nucléaire

**CESNET** Czech Scientific and Education NETwork

**ČSÚ** Český statistický úřad

**EARN** European Academic and Research Network

**EU** Evropská unie (European Union)

**FTP** File Transfer Protocol

**HTML** HyperText Markup Language

**HTTP** HyperText Transmission Protocol

**IMP** Interface Message Processor

**IP** Internet Protokol

**NWG** Network Working Group

**NTP** Network Time Protocol

**SRI** Stanford Research Institute

**TCP** Transmission Control Protocol

**TELNET** teletype network

**VR** virtuální realita

**V4** Visegrádská skupina (Česká republika, Slovensko, Maďarsko, Polsko)

**WHO** Světová zdravotnická organizace (World Health Organization)



# Přílohy

## Příloha č. 1 – Dotazník

### 1) Do jaké patříte generace?

- Baby boomers (narozen/a v období 1946 až 1964)
- Generace X (narozen/a v období 1965 až 1981)
- Generace Y (narozen/a v období 1982 až 1995)
- Generace Z (narozen/a v období 1996 až 2006)

### 2) Jste:

- Žena
- Muž
- Nechci odpovédět

### 3) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Střední bez maturity
- Střední s maturitou + VOŠ
- Vysokoškolské

### 4) Kolik obyvatel má obec/město, ve kterém žijete?

- Do 10 000 obyvatel
- Od 10 000 do 50 000 obyvatel
- Od 50 000 do 100 000 obyvatel
- Od 100 000 do 500 000 obyvatel
- Nad 500 000 obyvatel

### 5) Během období pandemie (březen 2020–březen 2022) jste byl/a:

*Pozn. pokud jste byl/a student/ka a poté jste pracovali na plný úvazek – vyberte možnost, co trvalo delší čas.*

- Student/studentka
- Student/ka a také jsem pracoval/a
- Pracoval/a jsem na plný úvazek
- Na mateřské/rodičovské dovolené
- Byl/a jsem v důchodu
- Nepracoval/a jsem

### 6) Pracoval/a anebo studovala jste během pandemie Covid -19 (3/2020–3/2022) online?

- Ano, pracoval/a jsem
- Ano, studoval/ jsem
- Ne

### 7) Vyhovovala Vám práce/studium online?

- Ano, měla jsem více času (např. nemusel/a jsem jezdit do práce/školy)
- Ano, více jsem se mohl/a soustředit na práci/studium
- Ano, z jiného důvodu
- Ne, chyběl mi lidský kontakt
- Ne, hůř se mi pracovalo (např. nedostatek prostoru v domácnosti, špatné připojení)
- Ne, z jiného důvodu

**8) Měl/a jste v domácnosti během pandemie Covid-19 (3/2020-3/2022) připojení k internetu?**

- Ano
- Ano, ale pouze na mobilním telefonu
- Ano, ale připojila jsem se během pandemie
- Ne

**9) Jak často jste během pandemie Covid-19 (3/2020-3/2022) využíval/a internet?**

- Každý den – více, jak 4 hodiny
- Každý den – méně, jak 4 hodiny
- Několikrát týdně
- Několikrát měsíčně
- Téměř vůbec

**10) K čemu jste používali během pandemie Covid-19 (3/2020-3/2022) internet?**

*Pozn. u této otázky bylo možné zvolit více odpovědí.*

- Práce z domova
- Online výuka
- Sociální sítě (např. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok)
- Zpravodajství (např. Novinky.cz, iDNES.cz)
- E-maily (např. Gmail)
- Online videa (např. YouTube)
- Online filmy (např. Netflix)
- Online hry

**11) K čemu jste používali internet v dubnu a v květnu tento rok?**

**Můžete zvolit více možností.**

*Pozn. u této otázky bylo možné zvolit více odpovědí.*

- Práce z domova
- Online výuka
- Sociální sítě (např. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok)
- Zpravodajství (např. Novinky.cz, iDNES.cz)
- E-maily (např. Gmail)
- Online videa (např. YouTube)
- Online filmy (např. Netflix)
- Online hry

**12) Jak byla Vaše domácnost během pandemie připojena k internetu?**

- Kabelové připojení
- Pevné ADSL připojení
- Bezdrátový internet 4G/5G LTE
- Bezdrátové Wi-Fi připojení od místních providerů
- Nevím
- Jiná možnost

**13) Kolik zařízení jste měl/a v domácnosti v době pandemie Covid-19 připojených k internetu?**

- 1
- 2
- 3
- 4 a více

**14) Jaké zařízení jste měl/a připojené k internetu? Můžete zvolit více možností.**

*Pozn. u této otázky bylo možné zvolit více odpovědí.*

- Notebook, PC
- Mobilní telefon
- Tablet
- Smart TV
- Domácnost (Chytrá domácnost)
- Jiné zařízení

**15) Jste aktivním uživatelem/uživatelkou (máte osobní profil) sociálních sítí?**

- Ano
- Ne
- Byl/a jsem, ale už jsem profil zrušil/a

**16) Jaké sociální sítě jste využíval/a během pandemie Covid -19 (3/2020–3/2022)? Můžete zvolit více možností.**

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- TikTok
- Nebyl/a jsem uživatel/ka žádné sociální sítě

**17) Získával/a jste informace o aktuální situaci Covid-19 na sociálních sítích?**

- Ano, téměř všechny informace
- Ano, ale spíše doplňkově
- Ne, využívala jsem spíše ke komunikaci s rodinou/přáteli
- Ne, sociální sítě jsem nevyužil/a

**18) Kolik hodin jste trávil/a během pandemie Covid-19 (3/2020–3/2022) na sociálních sítích?**

- Více, jak 4 hodiny
- 2 až 4 hodiny
- 1 až 2 hodiny
- Do 1 hodiny
- Téměř vůbec

**19) Začal/a jste během pandemie Covid-19 (3/2020–3/2022) využívat služby streamovacích služeb (Netflix, HBO GO)?**

- Ano
- Ne, streamovacích služeb jsem využíval/a ještě před pandemií
- Ne, streamovací služby jsem nevyužil/a

**20) Jaké streamovací služby jste využíval/a během pandemie Covid-19 (3/2020–3/2022)?**

*Pozn. u této otázky bylo možné zvolit více odpovědí.*

- Netflix
- Voyo
- HBO GO (HBO Max)
- Amazon Prime
- Disney+
- Apple TV+
- O2 TV
- Jiné
- Neměl/a jsem žádné předplacené streamovací služby

**21) Nakupoval/a jste během pandemie** Např. Rohlík.cz, Košík.cz, Tesco Online nákupy

- Ano
- Ne

**22) Nakupoval/a jste oblečení, vybavení pro domácnost atd. během pandemie Covid -19 (3/2020–3/2022) přes internet?** Např. Alza.cz, Mall.cz, ZOOT.cz

- Ano
- Ne

**23) Nakupujete po pandemii více potravin či jiného zboží online (na internetu)?**

- Ano, po pandemii nakupuji více online
- Ne, i před pandemií jsem hodně nakupoval/a online
- Ne, online téměř nenakupuji

**24) Využíváte internet v domácnosti více, než jste užíval/a před pandemií?**

- Ano
- Ne, internet využívám stejně, jako před pandemií

## Příloha č. 2 – Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání internetu

Individuals - internet use (online data code: isoc\_ci\_ifp\_iu)  
Source of data: Eurostat

Table Line Bar Map

	TIME	2019	2020	2021	2022	2023
<b>GEO</b>						
European Union - 27 countries (from 2020)		87.38	89.10 (e)	90.21 (b)	91.09	92.36
European Union - 28 countries (2013-2020)		88.46	:	:	:	:
European Union - 27 countries (2007-2013)		:	:	:	:	:
European Union - 25 countries (2004-2006)		:	:	:	:	:
European Union - 15 countries (1995-2004)		:	:	:	:	:
Euro area (EA11-1999, EA12-2001, EA13-2007, EA15-2...		88.55	89.96 (e)	90.77 (b)	91.51	92.72
Belgium		91.41	92.16	93.62	94.53	95.26
Bulgaria		76.58	74.27	78.22	83.11	83.97
Czechia		87.52	89.00	89.94	91.62	92.75
Denmark		97.43	98.82	98.99	98.09	98.99
Germany		93.98	95.05	92.24 (b)	93.01	93.42
Estonia		90.87	89.93	91.68	92.33	93.69
Ireland		90.71	91.95	99.23 (b)	92.10	93.48
Greece		76.42	78.65	79.14	84.03	86.23
Spain		91.00	93.46	94.49	94.91	95.96
France		90.65	:	92.63	91.83	93.79
Croatia		80.10	79.66	81.98	82.92	84.35
Italy		78.34	80.83	83.92	86.14	87.71
Cyprus		86.21	90.89	90.85	90.91	91.37
Latvia		86.71	89.52	92.23	92.23	92.81
Lithuania		82.27	83.74	87.54	88.43	89.01
Luxembourg		96.61	98.54	98.83	98.36	99.40
Hungary		82.72	86.10	89.13	89.70	91.00
Malta		86.23	87.17	87.63	92.10	92.44
Netherlands		96.49	94.98	95.22	95.52	99.27
Austria		88.49	89.01	92.92	94.16	95.72
Poland		82.06	84.83	86.88	88.43	88.11
Portugal		76.19	79.47	83.01	85.06	86.38
Romania		79.74	84.55	87.64	88.06	91.56
Slovenia		83.94	87.58	89.98	89.92	90.78
Slovakia		85.08	91.18	90.17	90.19	89.10
Finland		95.50	97.17	96.98	97.68	97.83
Sweden		97.73	97.46	97.16	97.18	98.07
Iceland		99.20	99.47	99.50	:	:
Norway		98.89	98.06	99.50	99.78	99.81
Switzerland		96.82	:	98.41	:	99.32
United Kingdom		95.85	97.76	:	:	:
Bosnia and Herzegovina		70.89	74.36	76.67	:	84.01
Montenegro		75.78	79.01	83.22	89.79	89.44
North Macedonia		82.34	83.52	87.18	:	:
Albania		69.64	73.93	80.12	85.02	:
Serbia		78.53	80.09	84.44	84.44	89.97
Türkiye		74.55	78.25	81.95	84.19	86.48
Kosovo*		90.98	96.56	:	:	:

Special value:  
(:) not available

Available flags:  
(b) break in time series (e) estimated

## Příloha č. 3 – Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání emailu

Individuals using the internet for sending/receiving e-mails (online data code: tin00094)  
Source of data: Eurostat

Table Line Bar Map

TIME	2019	2020	2021	2022	2023
<b>GEO</b>					
European Union - 27 countries (from 2020)	73.17	74.84 (e)	75.95 (b)	76.93	78.70
Euro area – 20 countries (from 2023)	:	:	:	:	:
Euro area - 19 countries (2015-2022)	:	:	:	:	:
Belgium	80.45	83.79	83.97	86.62	86.21
Bulgaria	40.03	43.48	43.55	42.75	45.10
Czechia	82.29	83.19	84.72	85.85	87.57
Denmark	93.57	95.97	95.52	94.07	95.53
Germany	86.29	87.05	79.57 (b)	80.09	83.26
Estonia	82.38	82.37	82.49	83.26	84.47
Ireland	76.68	78.12	91.90 (b)	83.79	86.98
Greece	58.94	57.94	63.99	67.65	67.50
Spain	72.25	76.38	79.12	80.45	82.05
France	79.40	:	84.03	83.04	84.88
Croatia	58.78	66.01	65.25	67.91	70.51
Italy	58.50	62.65	66.43	70.21	71.71
Cyprus	55.91	65.61	66.10	65.35	72.06
Latvia	71.86	75.92	79.33	78.26	81.65
Lithuania	62.25	66.41	68.62	70.35	71.68
Luxembourg	83.05	84.05	82.97	79.44	81.38
Hungary	72.01	74.59	80.78	81.31	85.03
Malta	69.09	72.66	72.69	77.51	79.23
Netherlands	92.79	92.08	92.48	93.00	96.88
Austria	79.07	79.46	82.37	84.73	85.57
Poland	64.82	65.86	68.34	69.25	66.94
Portugal	63.60	67.96	72.14	74.23	75.07
Romania	43.12	39.86	42.41	42.52	44.23
Slovenia	71.75	77.89	80.74	79.57	81.16
Slovakia	70.95	76.16	73.54	76.76	74.63
Finland	90.44	92.88	92.96	93.59	93.73
Sweden	90.67	89.99	89.87	89.52	90.65
Iceland	95.09	95.35	95.70	:	:
Liechtenstein	:	:	:	:	:
Norway	94.11	93.89	96.62	95.49	96.31
Switzerland	90.52	:	91.16	:	92.70
United Kingdom	89.23	87.40	:	:	:
Bosnia and Herzegovina	32.46	36.88	40.06	:	45.35
Montenegro	51.83	52.73	52.79	56.54	53.99
North Macedonia	47.29	45.41	48.74	:	:
Albania	22.27	23.75	26.67	37.23	:
Serbia	43.71	39.44	45.81	49.91	58.99
Türkiye	34.17	33.77	36.23	37.67	42.53
Kosovo*	24.19	28.61	:	:	:

Special value:  
(:) not available

## Příloha č. 4 – Porovnání jednotlivců z evropských států ve využívání sociálních sítí

Individuals using the internet for participating in social networks (online data code: tin00127)  
Source of data: Eurostat

Table Line Bar Map

TIME	2019	2020	2021	2022	2023
<b>GEO</b>					
European Union - 27 countries (from 2020)	54.16	57.26 (e)	56.84 (b)	58.11	59.31
Euro area - 20 countries (from 2023)	:	:	:	:	:
Euro area - 19 countries (2015-2022)	:	:	:	:	:
Belgium	75.53	78.90 (u)	62.78 (b)	67.84	68.48
Bulgaria	52.85	54.74	60.05	63.42	64.20
Czechia	58.95	58.97	61.50	64.13	68.13
Denmark	80.76	85.01	85.42	84.73	91.02
Germany	52.50	54.30	46.60 (b)	47.73	48.61
Estonia	65.14	65.20	67.33	66.08	68.49
Ireland	63.58	60.55	69.06 (b)	72.07	70.06
Greece	56.69	59.41	62.05	67.03	68.10
Spain	58.61	64.68	64.66	63.22	64.49
France	42.32	:	44.83	44.50	44.39
Croatia	57.88	57.17	60.89	60.14	62.76
Italy	42.30	48.42	50.19	53.19	53.06
Cyprus	71.72	78.18	78.62	77.91	82.56
Latvia	64.66	67.09	69.76	71.19	73.25
Lithuania	60.57	61.45	65.19	67.30	68.45
Luxembourg	62.51	59.53	61.95	61.78	62.55
Hungary	68.86	73.99	77.24	78.54	81.32
Malta	70.66	72.49	75.57	75.74	75.75
Netherlands	66.91	71.23	73.30	74.09	76.62
Austria	55.55	59.54	57.11	61.47	63.42
Poland	53.04	54.78	56.78	60.61	62.29
Portugal	60.40	62.74	65.46	66.72	68.03
Romania	60.18	64.85	68.55	69.01	75.24
Slovenia	52.09	67.07	63.61	63.04	63.46
Slovakia	59.24	64.49	64.58	57.68	56.99
Finland	66.68	75.07	75.11	75.68	79.22
Sweden	72.22	72.90	71.51	71.08	73.43
Iceland	91.65	93.82	92.98	:	:
Liechtenstein	:	:	:	:	:
Norway	86.31	87.83	88.28	89.65	89.96
Switzerland	53.26	:	67.10 (b)	:	69.11
United Kingdom	73.13	75.71	:	:	:
Bosnia and Herzegovina	45.84	50.04	49.65	:	57.74
Montenegro	62.15	67.37	71.39	77.32	77.55
North Macedonia	68.30	69.77	73.54	:	:
Albania	52.13	54.80	60.77	64.07	:
Serbia	54.82	57.47	60.31	68.38	70.24
Türkiye	60.18	62.31	60.08	70.85	74.59
Kosovo*	67.90	82.97	:	:	:

Special value:  
(:) not available

Available flags:  
(u) low reliability  
(e) estimated

(b) break in time series

## Příloha č. 5 – Porovnání jednotlivců z evropských států v nakupování zboží online

Individuals using the internet for buying goods or services (online data code: tin00096)  
Source of data: Eurostat

Table Line Bar Map

TIME	2020	2021	2022	2023
<b>GEO</b>				
European Union - 27 countries (from 2020)	64.74 (e)	67.11 (b)	67.95	69.60
Euro area - 20 countries (from 2023)	:	:	:	:
Euro area - 19 countries (2015-2022)	:	:	:	:
Belgium	72.72	75.19	74.83	75.26
Bulgaria	38.95	33.84	40.54	45.19
Czechia	71.64	75.48	77.00	77.68
Denmark	89.31	90.82	88.30	89.01
Germany	82.55	76.02 (b)	76.18	77.48
Estonia	68.43	70.32	70.83	73.12
Ireland	74.38	87.41 (b)	82.00	87.12
Greece	46.35	54.22	58.69	57.53
Spain	62.62	66.63	67.91	68.88
France	:	75.68	75.85	76.93
Croatia	55.01	57.35	56.15	59.14
Italy	43.93	51.45	49.30	51.11
Cyprus	47.19	54.01	50.06	56.83
Latvia	56.22	61.82	61.98	62.14
Lithuania	53.81	60.00	60.06	60.91
Luxembourg	78.57	80.97	80.81	79.79
Hungary	60.02	66.01	70.32	69.67
Malta	62.81	64.62	67.64	67.68
Netherlands	86.60	89.47	88.21	92.41
Austria	66.30	63.17	65.65	72.17
Poland	60.93	61.17	64.58	64.32
Portugal	44.50	51.59	53.53	54.75
Romania	37.86	38.49	45.73	50.30
Slovenia	62.91	71.20	62.58	65.85
Slovakia	62.45	75.32	76.72	76.82
Finland	75.83	78.64	78.64	79.14
Sweden	84.15	86.74	85.96	88.75
Iceland	82.77	84.65	:	:
Liechtenstein	:	:	:	:
Norway	84.98	91.57	91.97	90.71
Switzerland	:	82.69	:	83.42
United Kingdom	90.22	:	:	:
Bosnia and Herzegovina	27.96	29.95	:	34.71
Montenegro	22.75	26.44	27.63	28.74
North Macedonia	33.63	40.37	:	:
Albania	14.43	17.18	29.75	:
Serbia	38.38	44.67	53.58	57.75
Türkiye	32.62	40.00	42.17	45.87
Kosovo*	45.61	:	:	:

Special value:  
(:) not available

Available flags:  
(b) break in time series (e) estimated