

FUTURE

MAGAZÍN HLÍDAJÍCÍ VAŠI BUDOUCNOST

AI JE NÁŠ INTERNÍ ZAMĚSTNANEC

Michal Matoušek

ZEPTALI JSME SE 100 ČECHŮ

Mají strach z robotů?

7 TRIKŮ

které používají
obchodníci

PRIME

Nezáleží na kvalitě!
Nápoj jako merch

NOVÁ ÉRA OBCHODŮ

Amazon GO a robot
místo kurýra

KVĚTEN

2025

charitativní vydání pro
Společnost Parkinson, z. s.



OBSAH + EDITORIÁL

„Zajímám se o svoji budoucnost, protože v ní hodlám strávit zbytek života.“

Charlie Chaplin

Stejně tak, jako Charlie Chaplin i my, redakce časopisu FUTURE věříme, že je důležité neustále se věnovat naší budoucnosti. Proto se vám snažíme otevřít oči vstříc rychle vyvíjejícímu se světu. Tentokrát se podíváme hlavně do **světa nákupů**. Nahlédněte pod pokličku těch vůbec nejnovějších technologických přírůstků, a ujistěte se, že jestli tu něco bude navždy tak

je to obchod. Neustále nenabažený zákazník a zisku chtivý prodejce tvoří lepší dvojku než Bob a Bobek a Pat Mat dohromady. Ať už jste zákazník či prodejce, přejeme vám příjemné čtení a děkujeme za vaši přízeň.

Jan Jašek, Giorgia Morselli
a Adam Štuchal

tvůrci časopisu



2 OBSAH + EDITORIÁL

3 LEGISLATIVA

nařízení o digitálních službách (DSA)

4 PRODUKTY NA TRHU

nápoj prime a jeho české kopie

6 ROZHOVOR

Michal Matoušek spojuje řemeslo a soc. sítě

9 PRŮZKUM

mají Češi strach z robotů?

10 TECHNOLOGIE

rozvoz jídla pomocí robotů Bolt

11 KŘÍŽOVKA

kdo je zakladatelem společnosti Bolt?

12 TÉMA

nové systémy nakupování společnosti Amazon

14 TIPY & TRIKY

7 triků obchodníků

15 TIPY & TRIKY

jak poznat falešný e-shop



foto: 4 - ca.shopatshowcase.com |
12 - wired.com | 10 - bolt.eu | 14 -
canva library | 6 - obrstoly.cz



LEGISLATIVNÍ OKÉNKO

DIGITAL SERVICES ACT V PŘEKladu Nařízení o digitálních službách, je nařízením od Evropské unie regulující sociální sítě a ostatní online platformy. „Jeho hlavním cílem je předcházet nezákonným a škodlivým aktivitám na internetu a šíření dezinformací.“

Základem nařízení je regulační rámec, který uděluje pravidla o tom, jak mají platformy spravovat obsah. DSA tlačí na zřizovatele, aby regulovali a odstraňovali nelegální obsah. Dalším cílem je zvýšení transparentnosti; platformy musí uživatele informovat o důvodu prováděných akcí. Součástí je také povinnost sdílení informací o tom, jak funguje jejich algoritmus. Za nedodržování těchto pravidel může být udělena pokuta ve výši až 6% ročního obrátu firmy.

CÍLE EU

Cílem Evropské unie je rychlejší inovace platform na trhu a ochrana jejich uživatelů. Dále sjednocení různých vnitrostátních zákonů v Evropské unii, které se objevily za účelem řešení nelegálního obsahu.

PŘÍNOS PRO UŽIVATELE

- Lepší ochrana základních práv, důraz na odstranění nezákonného obsahu.
- Ochrana dětí na internetu - nulová tolerance reklamy cílené na nezletilé osoby.
- O důležitých rozhodnutích by se měli snažit poskytovatelé informovat předem. To může být třeba pozastavení účtu.
- Uživatel bude informován o důvodech moderování obsahu (odstranění příspěvku apod.).

Tato oddůvodnění musí všechny platformy předkládat do nové spuštěné databáze transparentnosti DSA.

Samozřejmě přišla i řada kritiky od velkých firem a odborníků, na některá příliš přísná pravidla a nařízení. Ne příliš přívětivá je povinnost odhalit svůj algoritmus, což je vlastně tajný recept soc. sítí. Problémy jsou i s definicí škodlivého obsahu v kontrastu s volným projevem. Kdo určí co je už moc?

DSA v praxi

Změna je dobře viditelná třeba na platformě X (Twitter). Pokud u některého z příspěvků rozkliknete tři tečky nahoře, kromě běžného nahlásit, se vám zobrazí nová možnost „nahlásit nezákonný obsah v EU“

Něco podobného ve stylu nahlásit jako nezákonné, naleznete u téměř všech platform.

Pokud si na Youtube nebo TikToku založí účet osoba mladší 16 let, automaticky bude nastaven jako soukromý při sdílení obsahu.

Platformy musí udělit uživatelům možnost nedávat doporučení dle jejich profilu a aktivity.

Mohli jste si taky všimnout že u některých příspěvků např. na Instagramu je napsáno nepravdivý či citlivý obsah. I to je součástí DSA.

Představte si že by vám Instagram napsal, že vám zpoplatní účet. Pokud nezaplatíte odebere vám přístup napříč všemi vámi propojenými účty společnosti META - to znamená Instagram, Facebook, Whatsapp, Messenger a nově taky Instagram Threads.

Nařízení se snaží zmírnit cenu a množství zpoplatněných platform, nebo poskytnout možnosti alternativy.



zdroje: commission.europa.com | Youtube - Security and Privacy Academy | europa.eu

“Zázračný” Nápoj

Síla vlivu internetových celebrit + skvěle provedená reklama. Kombinace, která dokázala vystřelit poněkud pochybný produkt na trh celého světa. Dokáže se tam ale udržet?

Zlatá horečka

Nápoj amerických youtuberů Logana Paula a KSI se dostal na český trh na jaře 2022. Zájem o něj byl enormní. Zatímco dospělý člověk tento přírůstek na trh sotva zaznamenal, děti a dospívající zažívali zlatou horečku. Poptávka byla obrovská, nabídka nedostačující, regály vyprázdněny během pár hodin. A to všechno i přes přestřelenou cenu. Největší boom přišel koncem roku 2023. V automatech nebo supermarketech jste PRIME mohli běžně najít za cenovku větší než 200 korun. Za stejnou cenu jste si mohli koupit 5 běžných limonád. Jenže skvěle provedená reklama a propagace napříč celým světem děti donutila vhodit jejich týdenní kapesné do automatu.

Určeno pro sportovce!

PRIME navíc není propagován jako běžná limonáda. Ale jako nápoj pro sportovce. Stal se sponzorem několika slavných fotbalových klubů včetně FC Barcelona nebo Bayern Mníchov. Kromě fotbalu také sponzoruje největší organizaci v oblasti bojových umění na světě - Americkou UFC.

„Složení nedává z pohledu sportovní výživy téměř žádný smysl.“

Říká ve svém článku nutriční terapeut Jan Stuparič.

Co se skrývá za obalem?

Prime Hydration

Bezkofeinová původní verze nápoje. Běžně prodávaná v obchodech v plastových láhvích. Obsahuje 700mg draslíků což je podle některých odborníků zbytečně moc. Příliš draslíku v krvi poškozuje ledviny a srdce. Při nejhorším může vést k problémům se srdcem. V rozumném množství ale není nijak nebezpečný a je tedy tou lepší variantou.

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) objevila, že v nápoji chybí uvedené vitamíny. „Deklarované množství vitamínu A neodpovídá skutečnosti, což považujeme za závažné porušení,“ stojí v prohlášení SZPI.

Prime Energy Drink

Jedna plechovka PRIME Energy obsahuje 280mg kofeinu. To je stejné množství jako kdyby jste vypili 3 a půl Red Bullu či 4 Espresso. Takové množství kofeinu u dětí často způsobuje problémy se spánkem či nervozitu. A právě u dětí je spánek důležitý pro správný vývoj. Druhá verze je tedy zjevně tou horší a děti by se jí měli vyvarovat. V Česku ale zatím není příliš dostupná.

zdroje: <https://www.institutmodernivyzyvy.cz/> - ENERGETICKÉ NÁPOJE: Co říká nutriční terapeut na nápoj Prime? | Kupi.cz | Vitalia.cz | drinkprime.com | Youtube - Bige



Nápoj jako merch

Oblečení s či jiné módní doplňky s vlastním logem (takzvaný "merch") má téměř každý influencer. Lidé se snaží proměnit slávu v peníze. V posledních době se ale čím dál častěji pouští do vlastních nápojů a potravin. A ani nemusíme chodit do zahraničí, jako v případě PRIME.

Na České scéně přišel jako první s vlastním nápojem youtuber Fizistyle. Produkt se začal prodávat na konci roku 2023. Jeho videa cílí na děti ještě mladší než v případě Logana a KSI. FIZIDRINK tomu taky odpovídá, nenajdeme v něm žádný kofein. Jedná se spíš o běžnou limonádu s cukrem, ale i vitamíny.

V květnu 2024 přišla Fizimu konkurence.

Youtuber Tary cílí na podobné publikum jako Fizi vydal svůj vlastní nápoj TARYDRINK. Vedl si ovšem o poznání hůře. Nachází se v něm 2x více cukru, kofein a neobsahuje vitamíny. Dle hodnocení publika na internetu je i chuťově horší. I přesto byl dost prodáván a Tary nezůstal jen u pití. Začal prodávat vlastní cukrovou vatu a oplatky. Vlastní produkty nemají jen youtubeři. Už v létě 2023 přišel český zpěvák a rapper Calin s unikátním ledovým čajem s názvem POPSTAR TEA. Obsahuje 91% výluhu z černého či zeleného čaje. Nechybí ale ani poměrně vysoké množství cukru.

„Děti jsou chytivé a často si myslí, že co jim doporučí youtuber, musí být dobré i pro ně, a stejný výrobek proto chtějí také.“

Barbora Horáková pro vitalia.cz



MICHAL MATOUŠEK

AI JE NÁŠ INTERNÍ ZAMĚSTNANEC

„INOVACE JSOU ZALOŽENÉ NA FUNKČNOSTI, ALE TO NEZNAMENÁ ŽE STARŠÍ GENERACE NEZKOUŠÍ VYMOŽENOSTI. NÁŠ NEJSTARŠÍ ZÁKAZNÍK NOČNÍHO STOLKU S BEZDRÁTOVOU NABÍJEČKOU TENTO ROK SLAVIL 63 LET,“ SVĚŘUJE SE ZAKLADATEL FIRMY OBRSTOLY MICHAL MATOUŠEK. JEHO FIRMA JE JASNÝM DŮKAZEM TOHO, ŽE MODERNÍ TECHNOLOGIE LZE VYUŽÍT I V ODVĚTVÁCH, KTERÉ K NIM MAJÍ HODNĚ DALEKO. JAK VYUŽÍVÁ UMĚLOU INTELIGENCI V ŘEMESLE NÁM PROZRADIL V ROZHOVORU:

Michale, jakou roli hrají dnes v řemeslném podnikání roli sociální sítě?

Jelikož řemeslo je tady mnoho let, tak většina naší konkurence to zatím nestihá tak implementovat, jak by mohla. Pro nováčky je to velký přínos. Když začínáte, tak nemáte jméno a zakázky vám nechodí tak jako zaběhlým řemeslníkům. Takže pro nás jako „nováčky“ to hraje velkou roli a určitě ještě mnoho let bude...

Je to další prodejní kanál, skrze který můžete akvizovat nové zákazníky, což je pro podnikání nezbytné.

Na kolika platformách mohou zákazníci najít vaši firmu ObrStoly?

Převážně na našich stránkách Obrstoly.cz, jinak používáme Instagram, Facebook a Tiktok. Zabíháme také do LinkedIn a Snapchatu, ale to pro nás nyní není až tak důležité.

Získáváte objednávky i jinak než přes sociální sítě? Používáte outdoor reklamu, telemarketing, obepisujete potencionální zákazníky mailem?

Naším největším přínosem zakázek jsou placené reklamy na Facebooku a

Google, dalším největším přínosem jsou doporučení zákazníků, jelikož naše práce je velmi kvalitní.

Vaši nejsledovanější sociální síť je Instagram. Jak přemýšlíte o příspěvcích, které putují na tuto platformu?

Ve firmě máme vytvořeného našeho ideálního zákazníka, podle kterého vytváříme. Reelska nejsou dělaná pro kdekoho. Ptáme se našich zákazníků, co by rádi viděli před koupí a i po koupi, podle tohoto průzkumu se nám vytvoří témata a dále je komunikujeme s umělou inteligencí.

Zapojujete umělou inteligenci? Je váš obchodní proces nějak zautomatizován?

Ano a pořád. Vnímáme totiž, že jsme menší firma a zavedení je tím pádem velmi jednoduché. Automatizace začíná emalingem od objednávky až po dlouhodobou retenci zákazníků. AI je náš interní zaměstnanec. Naši velkou hodnotou je zákaznický servis, a tak kvalitně ho zatím AI nedokáže udělat, ale trendy a nové možnosti stále monitorujeme. Jinak AI je pro nás velmi důležitá v marketingu jako takovém od tvorby reklam až po

kvalitní texty pro SEO*.

Myslíte si, že nahrazování zaměstnanců umělou inteligencí povede v budoucnu k nezaměstnanosti? Jaká jsou podle vás ta největší rizika AI?

Nesmíme zapomenout na důležitou věc v téhle diskuzi a to je ta, že AI je nástroj a nástroj musí někdo ovládat. Ano pracuje se na tzv. AI agentech, kteří by měli fungovat sami bez zadávání úkonů, ale zatím nejsme ve fázi kde dokážeme určit zda, bude alespoň podobně kvalitní jako kvalifikovaný zaměstnanec. Riziko AI je jenom to, že lidé se ji nenaučí používat a předběhne je samotné. Položím spíše filozofickou otázku: Jaká jsou podle vás rizika motorové pily?

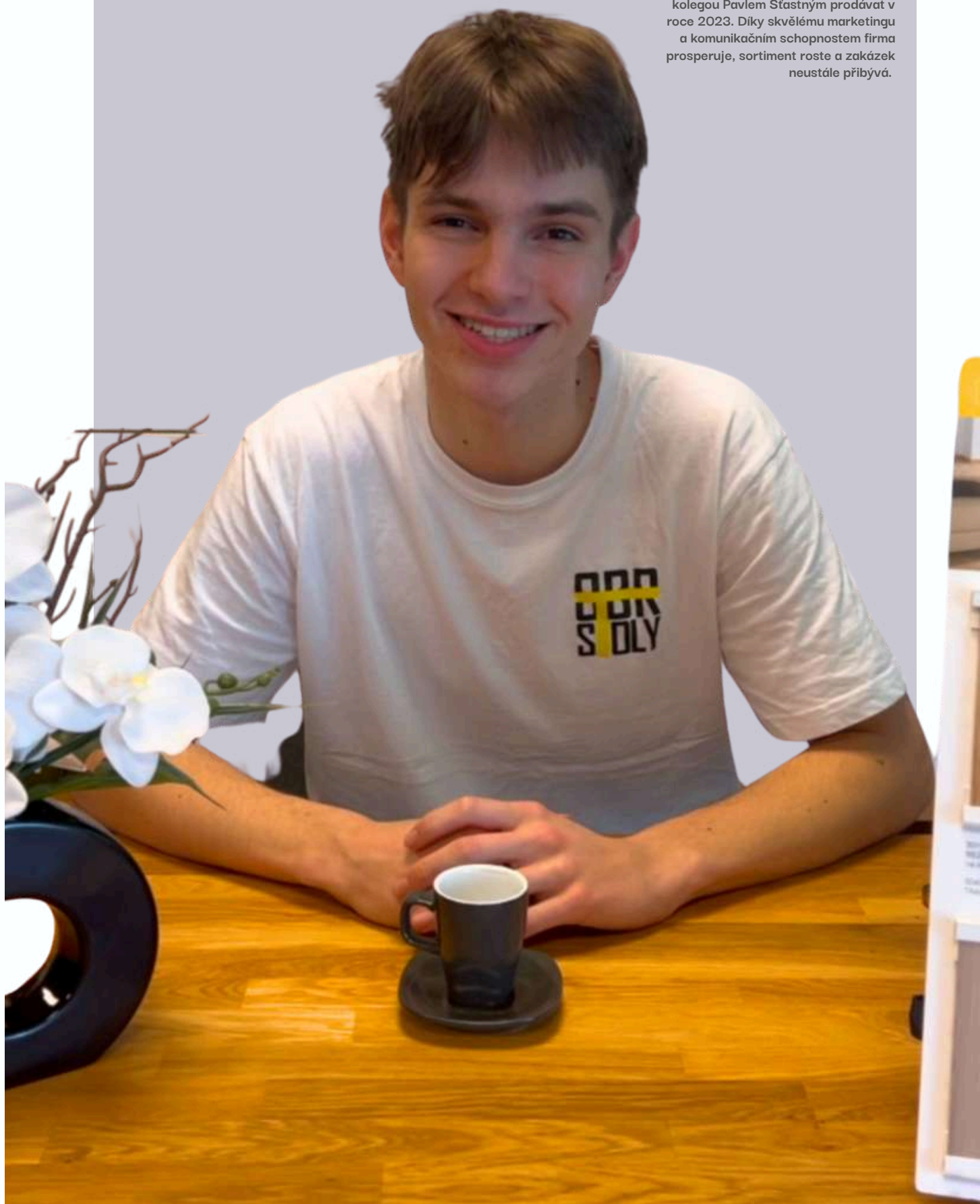
Jak dlouho zhruba trvá výroba jednoho stolu? Snažíte se proces nějak urychlit? Tady AI asi moc platná není.

U nás uvádíme 1-2 měsíce, nejvíce trvá pokácet strom a nechat ho usušit. Ano konstantně pracujeme na vylepšení

*Co je to **SEO** vysvětleno na další straně.

„Riziko AI je jenom to, že lidé se ji nenaučí používat a předběhne je samotné“

Firmu ObrStoly Michal Matoušek(21) založil hned po dokončení střední školy. První stoly začali se svým kolegou Pavlem Šťastným prodávat v roce 2023. Díky skvělému marketingu a komunikačním schopnostem firma prosperuje, sortiment roste a zakázek neustále přibývá.



Mladým to stačí ukázat a hnedka ví, k čemu to slouží u starší generace je potřeba více vysvětlování v rámci textu nebo video formátu.

našeho procesu výroby. AI bude v budoucnu velmi důležitá, jenom zatím ne pro naši výrobu. AI se dá používat při rozdělení kvality dřeva. Dá se nad pás kamera a určuje, zda je dřevo kvality A, B, C či D. V našem oboru, bohužel v jiných zemi konstantně pracují na implementaci AI do profesionálních strojů.

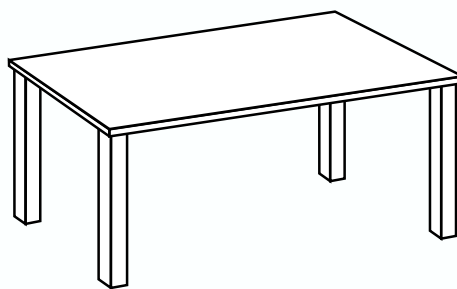
Nás nejvíce zaujaly stoly se zabudovanou bezdrátovou nabíječkou. Jsou takové "vymoženosti" žádané i u starších generací, nebo cílíte jen na mladé?
Je to velká vuchtávka. Inovace jsou založené na funkčnosti, ale to neznámá že starší generace nezkouší vymoženosti. Náš nejstarší zákazník nočního stolku s bezdrátovou

***Co je to SEO?**
zkratka anglického „search engine optimization“ („optimalizace pro vyhledávače“). Jsou to metody, které vám pomohou se dostat na přední místa ve vyhledávačích a přivést z nich na svůj web organickou, tedy neplacenou návštěvnost.

nabíječkou tento rok slavil 63 let. Tímhle bych ho i rád pozdravil do Ratiškovic. Mladým to stačí ukázat a hnedka ví, k čemu to slouží u starší generace je potřeba více vysvětlování v rámci textu nebo video formátu.

A poslední otázka. Co by jste poradil mladým lidem, kteří začínají podnikat? Na co si dát největší pozor?

Dlouho jsem poslouchal od starších a zkušenějších podnikatelů tuhle frázi "musíš se snažit a dělat to dlouho", v ten moment jsem si říkal no jo, ale co mám dělat? Tohle je nejlepší rada. Musíte se sami zlepšovat ve Vašem oboru a zjišťovat si věci, tím si vytváříte cestu. Když to budete dělat dlouho a snažit se, tak se vám cesty a



Když něco děláte, říkejte to všem koho potkáte, klidně ve vlaku na ulici i doma ale HLAVNĚ říkejte pravdu, vždy a pořád.

možnosti ukážou samy, někdy je potřeba popíchnout, klidně se mi můžete ozvat rád pomůžu všem. Na co si dát pozor? Když něco děláte, říkejte to všem koho potkáte, klidně ve vlaku, na ulici, i doma ale HLAVNĚ říkejte pravdu, vždy a pořád. Váš produkt nemusí být na 100% hotový a nejlepší, ale i tak se ptejte trhu, co na něj říkají; oni Vám sami řeknou, jak má vypadat 100% výrobek. A poslední rada na co si dát pozor, nikdy nepřestávejte dělat velká nová rozhodnutí a posouvat sebe i podnik dále. Jinak z toho sami nebudete mít takovou radost, jakou byste měli kdybyste to vyzkoušeli.



ZEPTALI JSME SE

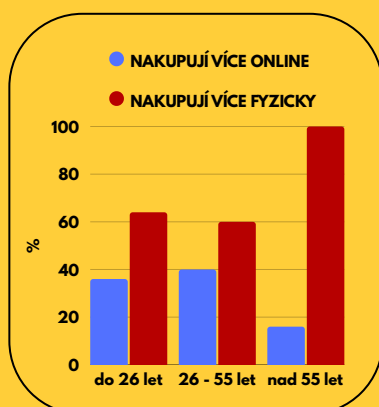
100 ČECHŮ



VYRAZILI JSME DO ULIC A ZEPTALI JSME SE NA NĚKOLIK OTÁZEK TÝKAJÍCÍCH SE TÉMAT TOHOTO ČASOPISU. NĚKDY TO ŠLO JAKO PO MÁSLU A JINDY NÁS ZASE LIDÉ NASCHVÁL PŘEHLÍŽELI... NAKONEC SE NÁM ALE Povedlo sesbírat ODPOVĚDI 100 ÚČASTNÍKŮ VÝZKUMU, ZE VŠECH VĚKOVÝCH KATEGORIÍ. NA OTÁZKY SI MŮŽETE ZKUSIT ODPOVĚDĚT I VY SAMI.

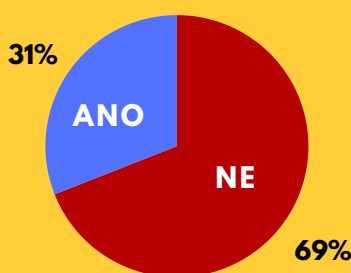
Nakupujete častěji online, nebo v obchodě?

Mají lidé radši pohodlí domova a jejich nákup až před dveře, nebo si raději vyberou a vyzkouší své zboží v obchodě?



Celkem nás překvapil fakt že, lidé ve středním věku nakupují na internetu stejně nebo dokonce více než mladší generace.

Máte strach z robotů a umělé inteligence?



Pamatujete si jak jste se ve škole učili o tom, jak funguje spalovací motor? Asi ještě ano. Ale víte jak funguje třeba takový mobilní telefon? A co takhle roboti nebo umělá inteligence?

Tyto technologie už jsou naprosto mimo chápání velké většiny obyvatelstva. Přesto je používáme na denní bázi. Předáváme jim veškeré naše vědomosti a dovednosti.

„Udělej kameny lidmi, a ukamenují nás!“

Karel Čapek

Poměr ano - ne byl velice podobný u všech věkových kategorií. Dle výsledků většina lidí z robotů a umělé inteligence strach nemá. Asi věří tomu samému, čemu Michal z rozhovoru na předchozí straně - když se s nimi lidé naučí zacházet, nejsou riziko.

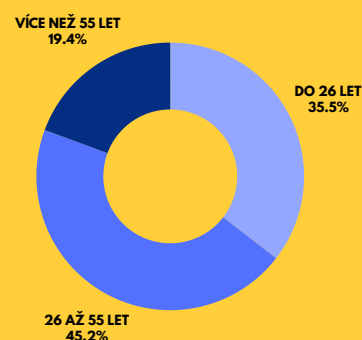
Koho jsme se ptali?

Snažili jsme obsáhnout všechny možné věkové skupiny.

- 34 občanů mladších 26 let
- 33 občanů od 26 do 55 let
- 33 občanů starších 55 let

Byli jste někdy oklamáni e-shopem?

Jak si lidé vedou v ochraně spotřebitele na internetu? Byli někdy podvedeni? Přišel jim špatný produkt nebo jim vůbec nepřišel? Která věková skupina byla oklamána nejčastěji?



Nejčastější obětí podvodů na internetu jsou lidé ve středním věku. Nejspíše je to proto že na internetu společně s lidmi do 26 let nakupují nejvíce, ale neznají, na rozdíl od mladých, podvodné triky. Starší generace zase nenakupuje na internetu příliš často.

ROBOT MÍSTO KURÝRA



foto: bolt.eu

SPOJENÍ DVOU TECHNOLOGICKÝCH FIREM ZE STEJNÉHO MĚSTA. DVA JEDINEČNÉ PŘÍBĚHY ODEHRÁVAJÍCÍ SE VE STEJNOU DOBU NAKONEC SKONČILY SPOJENÍM V JEDNU SLUŽBU. CO STOJÍ ZA VZNIKEM TOHOTO MALÉHO SLUHU S ORANŽOVOU VLAJEČKOU?

Mezinárodní služba Bolt provozuje roboty na rozvoz jídla. Roboti se nachází v hlavním městě Estonska Tallinnu a dokáží uvést až 10 kilogramů nákladu v tři kilometrovém radiusu. Zákazníci Boltu si můžou v aplikaci zvolit možnost „doručit robotem“. Jakmile robot přijede před dům, pomocí aplikace ho zákazníci můžou odemknout a vyzvednout si své jídlo. Ale pozor! Robot má hodně práce a nebude čekat dlouho, už po 12 minutách čekání je objednávka zrušena. O své peníze tak bohužel přijdete.

KVŮLI BOLTU OPUSTIL UNIVERZITU

Společnost Bolt vznikla v roce 2013 pod původním jménem Taxify. Založil ji 19-ti letý Estonský student (jméno se dozvíte z křížovky) hned po dokončení střední školy. Základní kapitál získal od své rodiny, která mu poskytla půjčku 5 000 EUR (125 tisíc korun). S touto částkou dokázal vytvořit první prototyp aplikace a osobně najímat řidiče v ulicích Tallinnu. Na univerzitu sice nastoupil, ale po prvním semestru odešel pracovat na plný úvazek pro svou firmu. Následujících šest let firma sloužila pouze pro přepravu osob ve městech.

STARSHIP TECHNOLOGIES

Starship technologies je Estonská společnost vyvíjející autonomní doručovací vozidla. Byla tou vůbec první v tomto odvětví. Celkem doručila už přes 7 milionů objednávek napříč všemi městy. „Integrace našich robotů do služeb společnosti Bolt nabízí škálovatelné a udržitelné řešení doručování, které snižuje provoz a emise. Je to vzrušující krok vpřed směrem k zelenějším městům v celé Evropě.“ uvádí Ahti Heinla, zakladatel a CEO společnosti Starship.

Druhým zakladatelem byl Janus Friis. Oba spolu již spolupracovali když se podíleli na vzniku společnosti Skype už před 20 lety. Tentokrát byl ale původní záměr jiný. Heinla a Friis se zúčastnili soutěže NASA Centennial Challenges s návrhem autonomních robotů pro získávání geologických vzorků. Jejich tým bohužel nevyhrál, nebo možná bohudík... Svou vyvinutou technologii začali aplikovat na doručování zboží ke koncovému spotřebiteli (tzv. doručování na poslední míli). Tak roku 2014 vznikla společnost Starship Technologies.

BALTSKÉ SUPER-SPOJENÍ

V roce 2019 byla založena podspolečnost Bolt Food, která je určena, jak už název napovídá, k rozvozu jídla. Odstartovala též v Tallinnu. Jídlo rozvázejí kurýři autem, na kole, skútru, nebo třeba pěšky. Dnes funguje ve více než 80 městech Evropy a Afriky včetně Prahy. Aplikaci si stáhlo už přes 10 milionů lidí. V roce 2023 Bolt oznámil spolupráci se společností Starship a v říjnu 2024 vyrazili do ulic unikátní kurýři - mají 6 kol, oranžovou vlaječku a pomocí reproduktorů dokáží komunikovat s lidmi nebo pouštět hudbu. Bolt ale není jediná společnost používající tyto roboty. Používá je třeba Starbucks, Just Eat, nebo Mercedes Benz. Celkem dokončili už 7 milionů dodávek po celém světě.

ROBOT STARSHIP

rychlost: 6 km/h

váha: 25 kilogramů

životnost: 18 hodin (40 km/den)

vybavení: detekce hran a

mapovací technika, 10 kamer,

GPS, ultrazvukové senzory a

radar, reproduktory

cena: 5500 dolarů (140,000Kč)

KŘÍŽOVKA

Vyluštěním křížovky zjistíš jak se jmenuje nejmladší zakladatel miliardové společnosti v Evropě. Dnes 31 letý podnikatel a CEO společnosti Bolt technology.

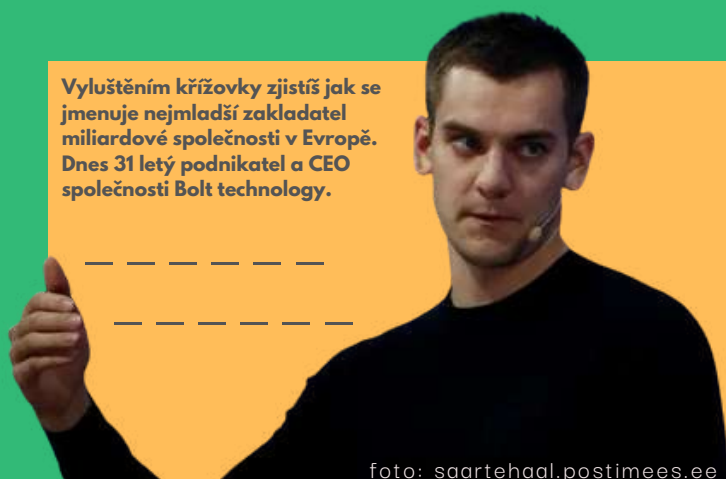


foto: saartehaal.postimees.ee

SAAMA; JAG nápořád	JÍSTI SVAČINU	HVĚZDA SOUHVĚZDÍ ORLA	TAJENKA 1	AKUTNÍ POŠKOZENÍ LEDVIN		SLEZSKÁ UNIVERZITA	STROJ MĚNÍCÍ ENERGII NA MECH. PRÁCI	OKRESNÍ VÝBOR ZKR.	7. PÍSMENO LATINSKÉ ABECEDY
UKAZOVACÍ ZÁJMEMO					SILNÉ ZNEČIŠTĚNÍ OVZDUŠÍ				
DOPRAVNÍ PROSTŘEDEK					STÍHÁNÍ ZVĚŘE ZNAČKA BARIA				TAJENKA 2
ROZLIŠOVACÍ RYS								ZN. OBJEMU DOMÁCKY VAVŘINEC	
ČESKÁ ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ				SPOJKA ----- ŘÍMSKÁ1		KONCOVKA s I SLOVENSKÁ NADÁVKA (JDI DO...)			
INTERNATION AL ISLAMIC UNIVERSITY					KAREL III AMERICKÝ KRIMI SERIÁL				
CHOMÁČ (TRÁVY)				INICIÁLY ENŽLA PŘEDLOŽKA			VLASTIVĚDA INICIÁLY LEDECKÉ		
ANGLICKY JÁ		ŘÍMSKY 500	NETRADIČNÍ ŽEN. JMÉNO ZN. VODÍKU						
	INICIÁLY HAVLOVÉ			PRACOVNÍ TÁBOR V SSSR					

JE TOHLE NAKUPOVÁNÍ BUDOUCNOSTI?

foto: linkedin.com - Bruno Santiago

ZATÍMCO VE STÁTECH TŘETÍHO SVĚTA JE STÁLE CHUDOBA, ZÁPADNÍ SVĚT SE DOSTÁVÁ ČÍM DÁL BLÍŽE K STAVU NIRVANY. JE STÁLE BĚŽNĚJŠÍ OBJEDNÁVAT SI JÍDLA ONLINE PŘED DVEŘE NAŠEHO BYTU. FYZICKÉ OBCHODY JSOU ALE I PŘESTO POŘÁD PLNÉ. ZRYCHLIT A ZJEDNODUŠIT NAKUPOVÁNÍ SE SNAŽÍ ZAVÁDĚNÍM NOVÝCH TECHNOLOGIÍ A ZPŮSOBŮ. A NEPOTŘEBUJÍ K TOMU ŽÁDNOU LIDSKOU BYTOST.

Dokážete si představit, že byste museli zaplatit za vstup do obchodu? Tak právě to zavedl maloobchodní řetězec Aldi ve Velké Británii. Cena za vstup je 10 liber (v přepočtu 300 korun). Tato částka slouží jako záloha. Strhne se zákazníkovi z karty před vstupem do obchodu a je odečtena z konečné ceny nákupu. Pokud je nákup pod 300 korun, je vám zbývající částka vrácena. Na vrácení peněz mohou ale lidé čekat několik dní. Jedná se o nový typ obchodu tzv. „just walk out“ v překladu „prostě odejdi“. Aldi používá kamery s umělou inteligencí ke sledování toho, co si zákazníci berou z regálů. Produkty se jim okamžitě přidávají do virtuálního košíku. Jakmile vyjdete z obchodu je nákup automaticky zaplacen. To nezní zle, ale...

Je to tak trochu chyták. Aby mohli zákazníci vstoupit musí mít buď staženou aplikaci Aldi Shop & Go nebo naskenovat svou platební kartu u vstupu. V případě otevření aplikace se jim zobrazí tlačítko s nápisem „Získat vstupní kód“ po jehož zmáčknutí jim je okamžitě odebráno 10 liber. Jediné varování je nevýrazný nápis „bude vám naúčtován malý poplatek na ověření vaší karty“. Podobný scénář se odehrává i u naskenování karty u vstupu. A to i v případě že nevstoupíte do obchodu.

AMAZON GO

Není to jediný případ obchodu Shop & Go. Už v roce 2023 existovalo v Británii a USA čtyřicet obchodů které využívali tuto technologii. Dnes je

číslo daleko větší. Za vším stojí Americká společnost Amazon která technologii spustila už v roce 2015. Tým vedoucích pracovníků postavil zkušební obchod kde bylo vše otestováno. Obchod se nacházel ve skladu v největším městě severozápadního státu Washington v Seattlu a měl rozlohu 1400 m². Projekt byl poté představen majiteli Amazonu Jefu Bezosovi. První oficiální obchod byl otevřen 5. prosince 2016 pro zaměstnance Amazonu též v Seattlu. Pro veřejnost byl zpřístupněn 22. ledna 2018. Druhá větší varianta byla otevřena v roce 2020. Měsíc poté začal Amazon nabízet svou technologii soukromým prodejcům, kteří ji mohli použít do vlastních obchodů. Pro rok 2025 si dala společnost za cíl dosáhnout počtu 260



obchodů Shop & Go. Od tohoto cíle už společnost Jefa Bezose není daleko. Ritu Subash, vedoucí služeb Just Walk Out na svém LinkedIn profilu nedávno zveřejnil příspěvek ve kterém píše: „Jsem neskutečně hrdý na to, že můžeme vést tým, který nasadil Just Walk Out ve více než 200 obchodech! Pokud jste to ještě neudělali, zažijte kouzlo JWO v obchodě poblíž.“ Například v Londýně je už 20 obchodů řetězce Amazon Fresh používajících Amazon go. V České Republice zatím žádný obchod tohoto typu nemáme. Inovace se ale dějí i u nás a je jen otázkou času, kdy nebudeme potřebovat prodavačky a prodavače jako v USA.

KAMERY, SKENERY, ČIDLA

Jak je možné že technologie dokáže rozeznat sebrání sebemenšího zboží jako třeba balení žvýkaček? Systém funguje na základě dvou věcí. První z nich jsou kamery sledující jednotlivé regály a kontrolující pohyb předmětů. Využívají moderní umělou inteligenci a stále se zdokonalují. Údajně nesledují a nedetekují obličeje. Nejsou tedy potřeba obavy před využívání kamer ke sledování vašich činů a udělování sociálního kreditu známého z Číny. Navíc, kamerové systémy jsou už dávno na každém rohu. Druhou částí jsou regálové senzory detekující změnu hmotnosti. Pokud odeberete jakýkoliv předmět z regálu, sníží se celková hmotnost stejného zboží. Senzory jsou přizpůsobeny odlišným typům regálů a jsou

jednoduše konfigurovatelné na dovybavení již existujících obchodů. Tyto dvě technologie spojené dohromady vytváří téměř dokonalý systém pro bezstarostné nakupování. Nezáleží ani na velikosti obchodu. Shop & Go funguje v obchodech každé rozlohy. Od rozměrů běžné trafiky až po supermarkety velikosti fotbalového hřiště!

UMĚLÁ-INDICKÁ INTELIGENCE

Ačkoliv byla technologie propagována jako založená čistě na umělé inteligenci, opak se ukázal být pravdou. Amazon Just Walk Out měl totiž tajnou složku: 1000 Indických pracovníků. V roce 2020 asi 700 z každých tisíce prodejů bylo v přezkoumáno týmem Amazonu v Indii. Ti kontrolovali co si lidé brali, co vrátili a s čím odešli z obchodu. Tedy bohužel zdánlivě geniální systém až tak geniální nebyl... Mluví Amazonu toto tvrzení zpochybnil v prohlášení pro magazín Business Insider a uvedl, že tým v Indii pomáhá trénovat model, který společnost použila pro Just Walk Out.

CHYTRÉ VOZÍKY

Amazon se neustále snaží najít způsob jak nahradit starý systém nakupování. Přišel tedy s dalším typem chytrého nakupování, tentokrát ve formě košíků s chytrým systémem aneb Dash Cart. Jak funguje tohle? Poměrně jednoduše. Nejprve se musí nakupující přihlásit na displeji košíku, který je zabudovaný v rukojeti. Jakmile jej propojí s jeho Amazon aplikací může začít nakupovat. V košíku je zabudovaný také skener na jednotlivé zboží. Takže stačí vzít produkt a

Amazon Just Walk Out měl totiž tajnou složku: 1000 Indických pracovníků.

naskenovat ho přímo v košíku, potom ho musí vložit dovnitř. Pokud tak zákazník neučiní, košík to pozná podle váhy. Na displeji vidíte váš dosavadní nákup s cenou. Zboží bez štítku si můžete jednoduše vyhledat. Jedná se vlastně o samoobslužnou pokladnu zabudovanou přímo v košíku. Možná vám to může připomínat systém Scan & Go z českého hypermarketu Globus. Rozdílem ale je, že nakupující nemusí zamířit k pokladně, ale stačí když vyjde s košíkem z obchodu. Nákup je zaplacen automaticky.



**zakladatel, prezident, do roku 2021
výkonný ředitel (CEO) a velkoakcionář
amerického internetového portálu a
zasílatelského obchodního řetězce
Amazon.com**

Jeffrey Preston „Jeff“ Bezos

Aktuálně je **druhým nejbohatším**
mužem světa s **217 miliardami dolarů!**

Amazon začal nahrazovat obchody s „Just Walk Out“ obchody s „Dash Cart“ Proč? To nám není jasno, přečtete si sami, který z nich je dle hodnocení uživatelů ten lepší.

BĚŽNÝ VS CHYTRÝ OBCHOD

Nejrychlejší je dle recenzí jednoznačně Just Walk Out. Je tedy zvláštní že jej nahrazuje systém Dash Carts, který je o poznání pomalejší. Tohle uvedl jeden z uživatelů na sociální síti: „Dash Carts byly nejvíce frustrující možností a neušetřily nám mnoho času. Zjistili jsme, že proces skenování a vkládání položek do high-tech nákupního košíku je neohrabaný, nekonzistentní a obtížné se v něm orientuje.“ Jak si vede v porovnání klasický obchod s pokladnou? Použití nedigitálního způsobu je dle hodnocení stále tou nejjednodušší možností. A to i přes čekání ve frontě, jenž zpomalí nákup o nějakou tu minutku.

zdroje: cnn.iprima.cz - Poplatek za vstup do supermarketu? Známy řetězec testuje v Londýně neobvyklou novinku | Youtube - Amazon | Wikipedia | geekwire.com | scrapehero.com | edtechartinnovationhub.com

7 triků OBCHODNÍKŮ

SMYSLY

1

Pro obchodníky je důležité cílit na všechny naše smysly. Kdo by neodolal ranní vůni čerstvého pečiva. Nebo ochutnávkou potraviny zdarma? I když si v daný moment produkt nekoupíte, budete na něj mít lepší vzpomínky a je větší pravděpodobnost, že si ho přidáte do košíku při příštím nákupu.

UMÍSTĚNÍ

3

Jedním z nejvíce nenápadných, ale skvělých triků je umístit zboží, které chceme aby si zákazník koupil na viditelné místo. To nejvíce viditelné místo je obvykle úroveň očí po pravé straně ve směru jízdy s vozíkem. Naopak to často levnější, ale neakční zboží najdete někde ve výšce holení.

ODMĚNA

5

Tohle všichni dobře známe. Žvýkačky, bonbóny, tyčinky nad pásem u pokladny. Prodejce spoléhá na spontánní nákupy drobného a rychloobrátkového zboží, které se nachází u pokladen a zákazníci, kteří dlouho čekají ve frontě se tímto "odmění". V obchodech s oblečením to můžou být třeba ponožky nebo náušnice.

POUTO

7

Poslední trik si zakládá na sociálním tlaku. Díváte se na nějaký produkt a přijde za vámi obsluha obchodu, zda si jej chcete vyzkoušet. Tento krok je sice nezávazný, ale vytvoříte si jím určité pouto. Nakonec si předmět koupíte, z části jen proto, abyste neurazili.

KLUB

2

Karty či kluby jednotlivých obchodu jsou sice často výhodné i pro vás, ale pro obchod ještě více. Přidáním se do klubu či sbíráním bodů si vytváříte pouto k danému obchodu. Příště až si budete vybírat mezi obchodem A nebo B nakoupíte v tom, kde jste registrovaní. To je pro prodejce klíčové, a malá sleva je už jen detail.

SLEVA

4

Naláká vás neuvěřitelné zlevnění o 50%, úžasné! Bohužel opravdová cena je stále vysoká. Je to protože produkt byl chvíli předtím zdražen po dobu 2 dnů na daleko vyšší cenu a poté vrácen do normálu. Často také k produktu dostanete něco zdarma, to už je ale samozřejmě připočteno k ceně výchozího zboží.

STRES

6

Limitovaná edice, posledních 5 kousků, platné do vyprodání zásob. Psychologické triky, pomocí kterých si obchody hrají s naším mozkem. Musíme být pohotoví jelikož zboží jistě brzo dojde, a tak jej koupíme pod vlivem stresu, na rozmyšlenou není čas...

JAK POZNAT FALEŠNÝ E-SHOP

PODLE ČASOPISU FUTURE



NÍZKÉ CENY

Zpozornět by měl člověk v tu chvíli, kdy jsou ceny podezřele nízké. Porovnejte ceny s jinými ověřenými obchody. Zkopírujte název a vložte ho do vyhledávače. Ceny jsou ale jen upozornění, raději si zkontrolujte ostatní údaje.



RECENZE

Za nás tím vůbec nejlepším ukazatelem podvodného obchodu jsou recenze. Najdete je obvykle dole pod produktem. Pokud je prodejce neumožňuje doporučujeme najít jiný e-shop. Pokud je umožňuje ale nejsou žádné dohledatelné, nemusí to nutně znamenat že se jedná o podvod ale... Chcete si kupovat něco, co ještě nikdo na daném obchodě nehodnotil?

Ve většině případů recenze naleznete. V tu chvíli si musíte tak trochu zahrát na detektiva. Vždy je podezřelý příliš kladných recenzí. U podvodných e-shopů se často velmi podobají a jsou napsány nepřírovně. Může to být například anglický text přeložený do češtiny, při kterém některé slova ztratila význam. Často se v nich také opakuje název produktu. Obchody si takto sami generují kladné recenze aby zaujali zákazníka. Můžete se zkusit podívat na jména uživatelů kteří recenze napsali.

Samozřejmě pokud bude u produktu naopak příliš negativních recenzí není to dobré znamení.



KONTAKTNÍ ÚDAJE

Každý e-shop by měl uvádět kontaktní údaje. To jsou: adresa sídla firmy, telefonní číslo, email a IČO. Nachází se většinou úplně dole na podobném místě jako obchodní podmínky. IČO si můžete ověřit na webu justice.cz.



OBCHODNÍ PODMÍNKY

Jestli se vám zdá e-shop podezřelý dle ostatních bodů, zkuste se podívat na obchodní podmínky. Nachází se obvykle úplně dole na konci stránky. Měl by v nich být dostatek informací o vrácení zboží, reklamaci a ochraně osobních údajů. Pokud je nenajdete nebo jsou neúplné je to varovný signál! Zkontrolujte si, co se v nich píše.



MOŽNOSTI PLATBY

Pokud e-shop nenabízí možnost zaplatit hotově, tzv. na dobírku, zpozorněte. Podvod může spočívat v procesu platby kartou. Může se také stát že zaplatíte předem a produkt vám nepříjde. Proto by měl obchod nabízet platbu dobírkou. Nikdy neplaťte přes neověřené platební brány. Mohli by vám například strhnout více peněz z účtu nebo vzít vaše osobní údaje. Pokud si nejste o bráně jistí, vyhledejte si informace na internetu nebo se zeptejte blízkých.

ŠÉFREDAKTOR: Adam Štuchal
GRAFIK A EDITOR: Jan Jašek
REDAKTORKA: Giorgia Morselli
KOORDINÁTOR: Daniela Šlázarová

VYDAVATEL: Střední odborná škola podnikání a obchodu spol. s r. o.,
Rejskova 2987/4, 796 01 Prostějov 1

TERMÍN UZÁVĚRKY ČÍSLA: 30. 4. 2025

Květnové vydání časopisu **FUTURE**
je věnováno Společnosti Parkinson:

SPOLEČNOST
PARKINSON, z. s.

VOLYŇSKÁ 933/20, 100 00 PRAHA 10



Poradna pro nemocné a jejich rodiny
+420 774 443 561
www.spolecnost-parkinson.cz

ADOPTUJ TULIPÁN

Záhon je symbolem Vaší podpory lidí s Parkinsonovou nemocí

PARKINSONOVA NEMOC: Když tělo přestává poslouchat

Představte si, že chcete natáhnout ruku pro sklenici vody, ale vaše prsty vás neposlechnou.

V hlavě je vše jasné – ale tělo vás zrazuje.

Nemoc krade pohyb, hlas, mimiku i schopnost polykat.

Je to boj – proti třesu, strnulosti, vyčerpání a bolesti.

Jsme v 11 městech po celé ČR! Spolupracujeme s předními českými neurology. Organizujeme cvičení a setkávání, která pomáhají proti osamění a depresím. Společnost stejně nemocných a podpora rodin jsou totiž stejně důležité jako léčba.

Pošlete dar jednoduše na číslo účtu
274028895/0600 (Moneta money bank)
nebo přispějte platbou přes QR kód

100 Kč



QR platba

200 Kč



QR platba

500 Kč



QR platba

Za příspěvek Vám děkují kluby v těchto městech:
Praha, Brno, Červený Kostelec, České Budějovice,
Havlíčkův Brod, Hradec Králové, Liberec,
Mladá Boleslav, Olomouc, Pardubice, Plzeň

**Pomozte nám šířit povědomí
sdílejte – podpořte – nezapomínejte**

Nechejte tady tulipány růst. Budou tu pro Vás a Váš dar zase pomůže nám.

DĚKUJEME ZA KAŽDÉ PŘÍSPĚNÍ!

