

GENERACE

V

KOŠÍKU

K V Ě T E N 2 0 2 5





Vítáme Vás u našeho časopisu!

Dozvíte se zde spoustu zajímavých věcí od historie nakupování až po módu fast fashion. Pokud jste se někdy setkali s podvodnými obchody poradíme Vám, na koho se v takové situaci obrátit a jak je vůbec poznat. Zaměřily jsme se také na Overconsumption neboli kulturu zbytečného nakupování, nákupy v období COVID-19 a spoustu dalšího! Oslovili jsme čtyři lidi různého věku a zeptali jsme se jich, jak vnímají změny v nakupování, jaké mají preference a zda se někdy setkali s podvodnými prodejními triky. Na konci si můžete vyplnit závěrečný test, kde zjistíte, jaké máte v této oblasti znalosti.

Obsah

Historie nakupování.....	3
Nakupování online/kamenných obchodech – pro a proti	4
Nákupy v období COVID-19: Jak se změnily naše zvyky? .	5
Nakupování očima spotřebitelů	6
FAST FASHION	7
Podvodné obchody	9
Overconsumption: Kultura zbytečného nakupování	10
Závěrečný test	12



Jsme studentky druhého ročníku střední školy a tento časopis jsme připravily s nadšením, chutí a kreativitou. Věnovaly jsme mu spoustu času, tvořily, vymýšlely a upravovaly, aby to bylo co nejlepší. Rády bychom poděkovaly paní učitelce Ing. Daniele Šlézarové a panu učiteli Mgr. Václavu Stodůlkovi za jejich pomoc, podporu a cenné rady. Doufáme, že Vás náš časopis bude bavit a že si čtení užijete stejně, jako jsme si my užily jeho přípravu.



Historie nakupování

Nákup je činnost, které se lidé věnují od dávné doby. V uplynulých tisíciletích, ale doznala značných proměn.

Obchod začínal jako výměnný systém, kdy si lidé směňovali zboží přímo mezi sebou. Později se objevily peníze, které obchodování usnadnily a umožnily vznik prvních tržišť a kamenných obchodů. S průmyslovou revolucí přišly velké obchodní domy, kde bylo možné koupit téměř cokoli na jednom místě. Ve 20. století se rozšířily supermarkety a specializované prodejny, a s příchodem platebních karet se nákupy staly ještě pohodlnějšími. Dnes už stačí pár kliknutí v online obchodě a zboží dorazí až ke dveřím.

O Tuzexu jste už určitě slyšeli možná od rodičů, prarodičů, nebo ve škole. Byl to zvláštní obchodní řetězec, který fungoval v Československu od roku 1957 do 90. let a nabízel zboží, které nebylo k nalezení na západě.



Ale věděli jste, že...

Džíny jako symbol luxusu

Mít džíny z Tuzexu bylo v 70 a 80. letech velká věc. **Levi's, Wrangler nebo Rifle** – kdo je měl, byl frajer. Některé džíny přežily i spoustu generací.

Dovezené sladkosti

Když někdo přinesl čokoládu nebo žvýkačky z Tuzexu, byl okamžitě středem pozornosti. Hodně dětí tehdy poprvé ochutnalo západní značky jako **Mars, Snickers nebo Coca-Cola** právě díky Tuzexu.



Díky Tuzexu se objevily v ČSR první platební karty

První platební karty v Československu byly **Tuzexové dispoziční karty**, které fungovaly jako předchůdce dnešních debetních karet. Lidé si na ně mohli „nabít“ bonu a pak je používat místo papírových poukázek. Bylo to pohodlnější a bezpečnější, protože už nemuseli nosit štosy bonů v kapse a bát se veksláků nebo podvodníků.



Nakupování online/kamenných obchodech – pro a proti

V dnešní době se nákupní zvyky značně změnily. S rozvojem internetu a e-commerce se stále více lidí přiklání k nakupování online, zatímco kamenné obchody se snaží přizpůsobit novým trendům. Každý způsob nakupování má své pro a proti.

Online obchody

Výhody:

Pohodlí a úspora času

Široký výběr zboží

Možnost recenzí,
hodnocení

Doručení až domů

Výdejní místa a boxy

Online obchody

Nevýhody:

Nemůžete si zboží
vyzkoušet

Možné problémy
s doručením

Bez kontaktu
s prodejcem

Bezpečnostní obavy

Nákupní centra

Nákupní centra jsou navržena tak, aby poskytovala pohodlné a příjemné prostředí pro nakupování.

Rozmanitost obchodů:

Nabízejí široký výběr obchodů, od módních butiků, přes elektroniku až po obchody se sportovním vybavením. Často obsahují i různé restaurace, fast foody a kavárny, což poskytuje návštěvníkům možnost se občerstvit během nákupů. Kromě nákupů a stravování tu často najdeme i zábavu, jako jsou kina, herní zóny, dětské koutky nebo někdy i fitness centra a bazény.

Typy:

- Malls (shopping malls)
- Outlet centra
- Specializované obchodní domy

Kamenné obchody

Výhody:

Okamžitý nákup

Možnost si zboží
prohlédnout
a vyzkoušet

Osobní poradenství

Podpora místní
ekonomiky

Kamenné obchody

Nevýhody:

Omezený výběr

Cenové rozdíly

Dlouhé čekání, stres

Fronty u pokladen



Závěr

V mnoha případech je nejlepší kombinovat oba typy nákupu. Online nákupy pro některé produkty a kamenné obchody pro osobní zkušenost a okamžitý nákup.

Nákupy v období COVID-19: Jak se změnily naše zvyky?

Pandemie Covid-19 zasáhla všechny oblasti našeho života, včetně nákupních zvyků. Zatímco některé byly jen dočasné, ukázalo se, že některé trvají dodnes.



Přechod na online nákupy

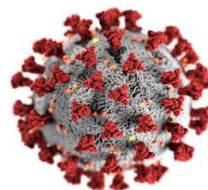


V období lockdownu se online nákupy staly pro mnohé jedinou možností, jak nakupovat. E-shopy zaznamenaly výrazný vzrůst zájmu o potraviny, domácí potřeby, oblečení, ale i elektroniku. Zákazníci si zvykli na pohodlí nakupování z domova a možnost doručení až ke dveřím. Tento trend nebyl jen dočasný. I po zmírnění opatření stále více lidí preferuje online nákupy, a to i pro zboží, které kdysi nakupovali běžně v kamenných obchodech.



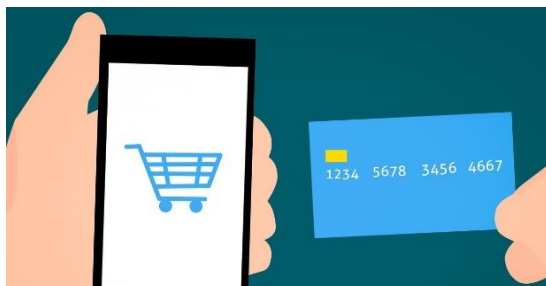
Bezpečnost a opatření v obchodech

Kamenné obchody, musely zavést řadu bezpečnostních opatření např. nošení roušek, povinné dezinfekce rukou, omezování počtu zákazníků v obchodech a dostatečný odstup mezi lidmi.



Závěr

Pandemie zásadně změnila naše nákupní zvyky. Nakupování bude nadále procházet inovacemi, které budou odpovídat potřebám moderního spotřebitele.



Nakupování očima spotřebitelů

Pandemie COVID-19 přinesla výrazné změny v nákupních zvyklostech, a s rostoucí digitalizací se stále častěji setkáváme s online nakupováním i různými podvodnými praktikami. Proto jsme se rozhodli oslovit čtyři lidi různého věku a zeptat se jich, jak vnímají změny v nakupování, jaké mají preference a zda se někdy setkali s podvodnými prodejními triky.

Jak jste nakupovali během pandemie COVID-19?

Jarmila, 41 let „Nakupování jsem výrazně omezila. Potraviny jsem nakupovala v **kamenných obchodech** s rouškou a rukavicemi“.

Anna, 78 let „Objednávala jsem si přes **internet**, pro pečivo jsem si chodila ráno přes ulici do pojízdné prodejny“.

Preferujete raději kamenné nebo online obchody?

Dominik, 14 let „Radši nakupuji v **obchodě**, online se mi dobře nenakupuje“.

Tomáš, 18 let „Preferuji **online nakupování**, protože je mi to více komfortní“.

Jarmila „Preferuji nakupování v **kamenných obchodech**, protože si zboží můžu prohlédnout a nemusím na něj čekat“.

Anna „Na velké nákupy preferuji **online**. Přivezou mi to až ke dveřím. Kamenné obchody mám ale také ráda“.

Setkali jste se někdy s podvodnými prodejními triky?

Dominik „**Ano**, jednou se mi někdo přihlásil na roblox účet a vzal mi všechny robuxy. Teď už mám nastavené dvoufázové ověření, takže se mi to už stát nemůže“.

Tomáš „**Ne**, na podvody jsem nikdy nenaletěl, protože je to pro mě očividné a vždycky to poznám. Často o tom mluví mé okolí a díky tomu mám velký přehled a vím na co si mám dávat pozor“.

Anna „**Ano**, byla jsem v obchodě a u zboží byla zlevněná cena, ale u pokladny mi to dali za plnou. Naštěstí jsem si toho všimla a upozornila na to“.

Jarmila „**Ano**, teď si dávám více pozor a zajistila jsem si pojištění proti podvodným platbám v bance“.

FAST FASHION



Fast fashion – **rychlá móda** – je trend, který ovládl svět. Značky jako **SHEIN, Temu, H&M nebo Zara** chrlí každý týden nové kolekce oblečení, které jsou **extrémně levné**, dostupné na pár kliknutí a přizpůsobené nejnovějším trendům. Možná si říkáte: „Co je na tom špatného? Dostanu stylové oblečení za pár korun.“ Jenže cena, kterou platíme, není jen v penězích – fast fashion ničí **životní prostředí, pracovní podmínky a kvalitu samotného oblečení**.



Jak FAST FASHION funguje?

Je postavena na **rychlé výrobě a nízkých nákladech**. Celý proces vypadá takto:

1. Na sociálních sítích se objeví nový trend.
2. Fast fashion značky ho okopírují a během pár dní vytvoří nové kolekce.
3. Oblečení se vyrábí co nejlevněji – často v továrnách s neetickými podmínkami.
4. Oblečení je nekvalitní, takže ho lidé brzy vyhodí.
5. Je to pořád stejný proces – nový trend, nové oblečení, více odpadu.



Levné, ale za jakou cenu?

Vykořisťování pracovníků

- Mnoho fast fashion značek vyrábí oblečení v **továrnách v Asii, Jižní Americe a Africe**, kde zaměstnanci dostávají extrémně nízké mzdy.
- Pracují v **nebezpečných podmínkách**, bez ochranných pomůcek a často bez právní ochrany.
- V roce 2013 došlo ke zhroucení budovy *Rana Plaza* v Bangladéši, kde zahynulo přes 1 100 dělníků vyrábějících oblečení pro západní trh.

Škodlivé pro životní prostředí

- Fast fashion je **druhý největší průmyslový znečišťovatel na světě** (hned po ropném průmyslu).
- **Výroba oblečení spotřebuje obrovské množství vody** – k výrobě jednoho bavlněného trička je potřeba **2 700 litrů vody**.
- Umělá vlákna jako **polyester** při praní uvolňují **mikroplasty**, které končí v oceánech a dostávají se do potravního řetězce.

Nízká kvalita = větší odpad

- Fast fashion je navržena tak, aby se rychle **opotřebovala**.
- Tenké látky, špatné švy a levné materiály způsobí, že oblečení vydrží **jen pár nošení**.
- Výsledek? Každou **sekundu** se na skládky dostane **nákladní auto plné oblečení**.

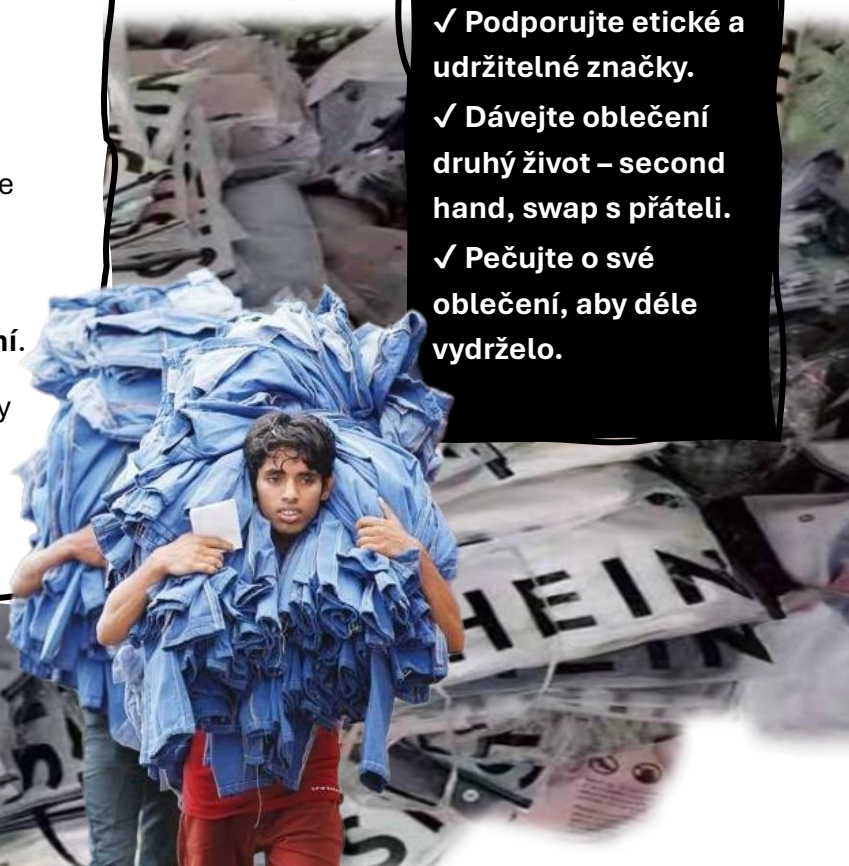
Jak je možné, že jsou tak levné?

- Levná pracovní síla – Shein byl obviněn z využívání **nelegální dětské práce** a pracovníků, kteří pracují **až 18 hodin denně**.
- Obcházení předpisů – Shein a Temu často neuvádějí **složení materiálů** nebo certifikace, což znamená, že mohou používat **toxické barvy a chemikálie**.
- Žádná odpovědnost – Na rozdíl od tradičních značek Shein **nemá fyzické obchody** a funguje přes e-shopy, což znamená, že na něj platí méně regulací.



Jak nakupovat chytřeji?

- ✓ Kupujte méně, ale kvalitnější oblečení.
- ✓ Podporujte etické a udržitelné značky.
- ✓ Dávejte oblečení druhý život – second hand, swap s přáteli.
- ✓ Pečujte o své oblečení, aby déle vydrželo.



Podvodné obchody

S rozvojem internetového nakupování se bohužel zvyšuje i počet podvodných obchodů, které se snaží využít důvěřivosti zákazníků. Podíváme se na to, jak tyto obchody poznat.



Nedostatečné kontaktní informace

Podvodné obchody často nemají jasné uvedené kontaktní informace např: telefonní číslo, adresa provozovny nebo e-mail.



Chybějící recenze nebo negativní zpětná vazba

Před nákupem by si měl každý nejdříve ověřit, zda má daný obchod dobré recenze od předchozích zákazníků. Pokud najdete jen pár recenzí nebo je většina z nich negativní, může to být varování. Nezapomeňte se také podívat na různá internetová diskusní fóra, kde lidé sdílejí své zkušenosti, nebo zadejte obchod do České obchodní inspekce.



Příliš nízké ceny

Jedním z největších varovných signálů jsou podezřele nízké ceny. Pokud se cena produktu jeví jako výrazně nižší než na jiných stránkách nebo u známých prodejců, může to být důvod k opatrnosti.



Nejisté platební metody

Pokud obchod neumožňuje platbu prostřednictvím bezpečných plateb a známých platebních metod, může to znamenat, že jde o podvod. Obchodníci, kteří se snaží získat peníze podvodným způsobem, se často vyhýbají použití platebních bran, které chrání spotřebitele.

Různé formy podvodných obchodů:

- Falešné e-shopy a online obchody
- Phishing (získávání osobních údajů)
- Falešné investiční nabídky
- Falešné aukce a slevy
- Romantické podvody (seznamky)

Podvodné obchody podle ČOI:

poleneparis.cz , innovaperfect.com , simplepepper.top , starsneakers.eu , potah-zidle.cz , outlet-cz.shop, funko-pop.cz , pradacz.cz , pumaczeshop.cz , adidasunderwear.com , stussy-praha.cz, zaraeshop.cz

Overconsumption: Kultura zbytečného nakupování

Dnes už nakupování není jen o tom, že si koupíme, co opravdu potřebujeme. Stala se z toho taky taková zábava, a sociální sítě, hlavně TikTok, v tom hrají velkou roli. Sociální sítě, zaplavily trendy jako „**haul**“ **videa**, kde lidé ukazují obrovské množství věcí, které si pořídili během jednoho nákupu. Často jde o **impulsivní** nákupy za stovky až tisíce dolarů – a právě tady se ukazuje problém **nadměrné spotřeby**.

Představte si to takto: Vidíte influencera, který si koupí 50 různých kosmetických produktů, 20 outfitů nebo celou sbírku hrníčků jen proto, aby měl „estetické“ video. Jaká je realita? Většinu těchto věcí použije párkrát, než je vyhodí nebo odloží. To vede k hromadění odpadků, plýtvání surovinami a velké zátěži pro životní prostředí.

Mikrotrendy: Rychlé, dražší a zbytečné

Na TikToku vznikají **mikrotrendy** – krátkodobé módní vlny, které trvají jen pár týdnů, někdy i dnů. Stačí jedno virální video a najednou si všichni chtějí koupit stejnou kabelku, svíčku nebo lampičku ve tvaru houby.

Jenže problém je v tom, že tyto věci často nemají dlouhou životnost – buď jsou vyrobeny nekvalitně, nebo se prostě přestanou líbit a rychle upadnou v zapomnění. Výsledek? **Obrovské množství odpadu**.

Nejde jen o módu. Mikrotrendy se týkají i:

Kosmetiky (limitované edice, které jsou trendy jen krátce)

Dekorací (např. „trendy“ pokojíčky na TikToku, kde se každý měsíc mění celý styl)

Elektroniky (gadgets, které si lidé koupí, ale po týdnu je přestanou používat)

TikTok a psychologie nakupování

Možná si říkáte: Proč se lidé vůbec nechávají strhnout? Odpověď je jednoduchá – **psychologie nakupování**.

Strach z promeškání (FOMO – Fear of Missing Out)

Vidíte nový trend a bojíte se, že když si danou věc nekoupíte, tak „nebudete in“.

Většina těchto věcí je prezentována jako limitovaná edice – ve skutečnosti jsou ale často stále dostupné, jen marketing pracuje s iluzí vzácnosti.

Dopaminový efekt

Při nákupu se v mozku uvolňuje dopamin, což je hormon radosti. Cítíte se dobře, ale efekt rychle vyprchá – proto si chcete koupit další věc.

Sociální tlak

Když vidíte influencera s novým produktem, máte pocit, že ho taky potřebujete. Ve skutečnosti se ale často jedná o **placenou reklamu**, kde daný člověk dostal produkt zdarma nebo za něj dostal zaplacené.



Obchodní modely podporující nadměrnou spotřebu

Kromě sociálních sítí existují i firmy, které **vědomě podporují nadměrnou spotřebu**. Například **Costco** funguje na principu **nákupu ve velkém** – zákazníci si kupují obrovská balení věcí, protože to „vypadá výhodně“.

Tento model vede k několika problémům:

Lidé kupují více, než skutečně potřebují.

Jídlo se kazí, protože ho nestihnou spotřebovat.

Plýtvání se normalizuje – pokud je něco levné, lidé to snáze vyhodí.

Další strategie, které firmy využívají:

✓ Plánované zastarávání

– produkty jsou schválně vyrobeny tak, aby se po určité době rozbily nebo zastaraly (např. elektronika, móda).

✓ Sezónní kolekce

– lidé jsou nuceni neustále nakupovat nové věci, protože ty staré už nejsou „trendy“.

✓ Slevové akce a „výhodné balíčky“

– často vedou k impulzivním nákupům zbytečností.

Jak se vyhnout zbytečným nákupům?

Pokud chcete přestat být součástí tohoto koloběhu, stačí si osvojit pár jednoduchých pravidel:

✓ **Před nákupem si položte otázku:** „Opravdu to potřebuji?“

✓ **Nenechte se ovlivnit TikTok trendy.**

✓ **Zaměřte se na kvalitu, ne kvantitu.** Raději si kupte jednu kvalitní věc než deset nekvalitních.

✓ **Dejte si čas na rozmyšlenou.** Pokud něco chcete, počkejte pár dní. Pokud po týdnu zjistíte, že na to nemyslíte, pravděpodobně to nepotřebujete.

✓ **Naučte se rozpoznat marketingové triky.**

Limitované edice, falešné slevy a „must-have“ produkty jsou často jen způsob, jak z nás vytáhnout peníze.



Závěrečný test

Co je phishing?

- a) Metoda online podvodu, kdy se útočník vydává za důvěryhodnou osobu či instituci
- b) Druh šifrování bankovních transakcí
- c) Bezpečný způsob online platby

Jak poznáte podvodný e-shop?

- a) Nabízí podezřele nízké ceny a nemá žádné recenze
- b) Přijímá pouze platby kartou
- c) Používá moderní webdesign

Která platební metoda je nejbezpečnější při online nákupech?

- a) Převod na účet prodávajícího předem
- b) Platba kartou přes zabezpečenou platební bránu
- c) Platba kryptoměnou

Které heslo je nejbezpečnější?

- a) 12345678
- b) P@ssw0rd
- c) 9f\$Lm!x2#bQ

Co je dvoufázové ověření (2FA) a proč ho používat?

- a) Je to kontrola pravopisu ve zprávách
- b) Je to další vrstva zabezpečení účtu, kdy kromě hesla zadáváš i kód z mobilu nebo e-mailu
- c) Způsob, jak obejít placené služby zdarma

Kde je nejbezpečnější uchovávat citlivé údaje (hesla, PIN kódy, osobní doklady)?

- a) V papírovém diáři v kabelce
- b) V online správci hesel s hlavním heslem
- c) Uložené v poznámkách na mobile

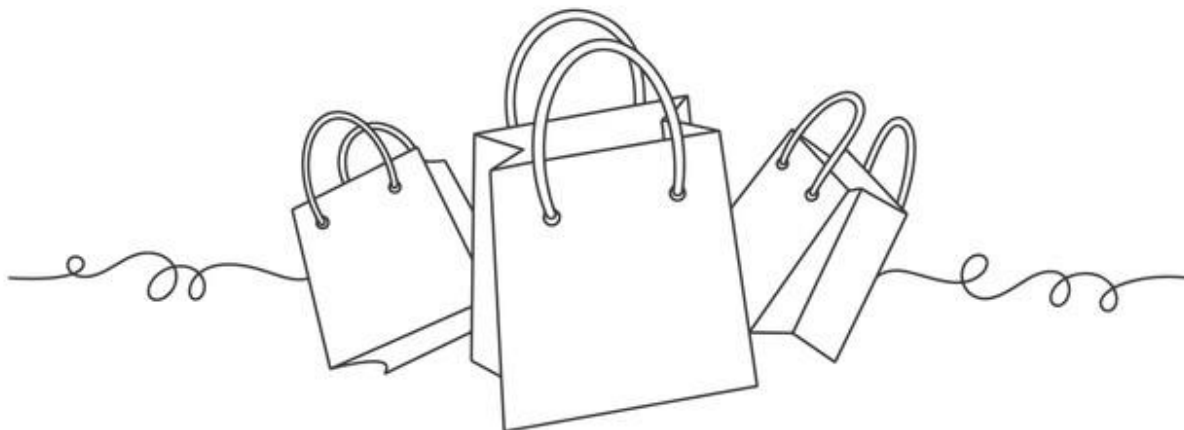
Jak se chránit před kyberšikanou?

- a) Ignorovat problém a neřešit ho
- b) Okamžitě blokovat útočníka, nahlásit ho a zálohovat důkazy
- c) Pomstít se tím, že začneš šikanovat zpátky

Co je FOMO efekt?

- a) Strach z promeškání něčeho, co mají ostatní (např. trendy oblečení)
- b) Strach z neznámého jídla
- c) Zdravotní problém

Správné odpovědi: a), a), b), c), b), b), b), a)



Zdroje

YOUTUBE. *Overconsumption TikTok is CRAZY*. Online. Youtube. 2024. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=yvgHQnEHZFM&ab_channel=KikiChanel. [cit. 2025-03-21].

YOUTUBE. *The Stanley Cup Craze*. Online. Youtube. 2024. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=fE3mhzd6wtM&ab_channel=ChadChad. [cit. 2025-03-21].

Nadměrná spotřeba a životní prostředí: měli bychom všichni přestat nakupovat? Online. In: <https://www.theguardian.com/>. 2021. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2021/may/30/should-we-all-stop-shopping-how-to-end-overconsumption>. [cit. 2025-03-21].

SHEIN vs. TEMU: Analýza dopadu regulací dodavatelského řetězce na rychlou módu. Online. In: <https://www.sesamm.com/>. 2024. Dostupné z: <https://www.sesamm.com/blog/the-impact-of-supply-chain-regulations-on-temu-shein>. [cit. 2025-03-21].

PENÍZE. *Peníze.cz*. Online. 2000. Dostupné z: <https://www.penize.cz/>. [cit. 2025-03-21].

CSU GOV. *CSU Gov*. Online. 2025, 21.3.2025. Dostupné z: <https://csu.gov.cz/>. [cit. 2025-03-21].

[HTTPS://WWW.PODNIKATEL.CZ/CLANKY/60-LET-OD-ZALOZENI-TUZEXU-PRIPOMENTE-SI-JEHO-HISTORII/](https://www.podnikatel.cz/clanky/60-let-od-zalozeni-tuzexu-pripomente-si-jeho-historii/). *Tuzex, připomeňte si jeho historii*. Online. Podnikatel.cz. 2017. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/60-let-od-zalozeni-tuzexu-pripomente-si-jeho-historii/>. [cit. 2025-03-23].

[HTTPS://MEDIUM.SEZNAM.CZ/CLANEK/CESKA-HISTORIE-DOVEDETE-DETEM-VYSVETLIT-JAK-FUNGOVAL-TUZEX-A-PROC-VUBEC-VZNIKL-42861](https://medium.seznam.cz/clanek/ceska-historie-dovedete-detem-vysvetlit-jak-fungoval-tuzex-a-proc-vubec-vznikl-42861). *Jak fungoval Tuzex a proč vůbec vznikl?* Online. <https://medium.seznam.cz/clanek/ceska-historie-dovedete-detem-vysvetlit-jak-fungoval-tuzex-a-proc-vubec-vznikl-42861>. 2024. Dostupné z: <https://medium.seznam.cz/clanek/ceska-historie-dovedete-detem-vysvetlit-jak-fungoval-tuzex-a-proc-vubec-vznikl-42861>. [cit. 2025-03-23].

[HTTPS://WWW.STOPLUSJEDNICKA.CZ/Z-JARMARKU-AZ-K-SUPERMARKETUM-DLOUHA-SPLETITA-HISTORIE-NAKUPOVANI](https://www.stoplusjednicka.cz/z-jarmarku-az-k-supermarketum-dlouha-spletita-historie-nakupovani/). *Z jarmarku až k supermarketům: Dlouhá a spleť historie nakupování*. Online. 100+1. 2024. Dostupné z: https://www.stoplusjednicka.cz/z-jarmarku-az-k-supermarketum-dlouha-spletita-historie-nakupovani. [cit. 2025-03-23].

OPENAI. *ChatGPT*. Online. 2022. Dostupné z: <https://openai.com/index/chatgpt/>. [cit. 2025-03-21].

Náš redakční tým



Nikol Engelová

606 486 029

nikol.engelova@seznam.cz

Nella Drlíková

775 884 627

nellka.drlikova@seznam.cz

Liliana Gregorová

775 158 405

liliana.gregorova.21@gmail.com



<https://www.sospo.eu/>