

IKARE

ZAÚJME • PŘEKVAPÍ • POBAVÍ



Zjistěte, jak to bylo
dříve a jak je tomu
dnes.

Obchodníci a jejich
fígle: nenechte se
nachytat!

Jak výrobky
volají: kup si mě!

Co o nakupování
říkají různé
generace?



Nakupování z jiného úhlu: fakta,
která vás překvapí.

Jak se změnilo nakupování:
dříve vs. dnes!

20
25

NA CO SE MŮŽETE DNES TĚŠIT

NAKUPOVÁNÍ	03
NAKUPOVÁNÍ DNES	04
NAKUPOVÁNÍ DŘÍV	05
+ porovnání dob	06-07
ROZHOVOR	08
ZAJÍMAVOSTI	09
ZÁBAVNÉ LUŠTĚNÍ	10
ZDROJE	11

CO TO VLASTNĚ NAKUPOVÁNÍ JE?



Nakupování je téměř každodenní proces, kdy si lidé vybírají a pořizují zboží nebo služby, které potřebují nebo chtějí.

Každopádně nakupování není jen výměna peněz za produkt. Je to i zážitek, emoce a často i sociální aktivita, jdeme na nákupy s přáteli, radíme se, sdílíme dojmy.



Někdy jde o praktický nákup nezbytností, třeba jídla nebo oblečení.



Jindy je to i zábava, relaxace nebo dokonce únik od každodenního stresu.



JAK SE DNES NAKUPUJE?



Dnes máme obrovský výběr produktů online a to z celého světa. Lidé mohou snadno sehnat produkty, které by dříve byly obtížně dostupné, nebo si vybrat mezi miliony produktů v různých kategoriích každický den.

S nástupem online nakupování se zážitek z nakupování změnil. Někteří lidé mohou cítit, že jim chybí atmosféra obchodů, ale zase si užívají pohodlí a rychlost z vlastního domova. Virtuální zkoušení oblečení, doporučení na základě algoritmů nebo video recenze jsou dnes běžné.

Online nakupování umožňuje snadné porovnání cen mezi různými obchody, což vede k lepším nabídkám a slevám. Kromě toho se často objevují slevové kódy, cashbacky nebo možnosti doručení zdarma.

JAK SE NAKUPOVALO DŘÍVE?



Dříve byl hlavní způsob nakupování návštěva kamenných obchodů nebo trhů. Lidé museli trávit čas ve frontách a procházet regály s produkty, což bylo časově náročnější. Online nakupování tehdy nebylo ani v plenkách.

Výběr produktů byl omezený na to, co bylo k dispozici v místních obchodech nebo trzích. Pokud jste hledali něco specifického, mohlo být těžké to najít, a často se muselo čekat na nové dodávky nebo sezónní zboží.

Cenová konkurence byla omezená na místní obchody a slevy byly spíše výjimečné. Když jste si něco koupili v obchodě, byla cena obvykle fixní a nebylo jednoduché ji porovnat s jinými obchody.

Nakupování bylo zážitkem. Lidé chodili do obchodů, zkoušeli produkty, komunikovali s prodáváči, a měli větší možnost si "osahat" produkty. Bylo to více sociální aktivitou a společenským zážitkem.

OD FRONT NA BANÁNY KE KLIKnutí NA DISPLEJ

Dříve, hlavně v 60.–80. letech, se v Československu nakupovalo výhradně v kamenných prodejnách, potraviny v konzumu, maso v masně, mléko v mlékárně. Sortiment byl omezený, často se stály fronty, a když „něco přišlo“, rychle se to vykoupilo.

Luxusnější nebo západní zboží bylo dostupné jen v Tuzexu za tzv. bony. Online nákupy neexistovaly a lidé nakupovali spíš denně a lokálně, často s taškou nebo s nezapomenutelnou sítovkou.

Dnes máme obrovský výběr: supermarkety, specializované prodejny, e-shopy, mobilní aplikace, rozvoz domů, výdejní boxy i možnost platit telefonem. Nakupujeme kdykoliv, odkudkoliv a z celého světa. Zatímco dřív se „shánělo“, dnes si spíš vybíráme.



DOSTUPNOST

1960 – 1980

1. Omezený sortiment
2. Fronty a nedostatek zboží
3. Žádný internet, jen kamenný obchody
4. Jednoduché obaly
5. Knihy, hračky, stavebnice (např. Merkur)

2025

1. Obrovský výběr zboží
2. Zboží kdykoliv dostupné
3. Online, mobilní aplikace, ROZVOZ
4. Designové a značkové produkty
5. Zboží z celého světa

NEJPRODÁVANĚJŠÍ PRODUKTY

1960 – 1980

1. Potraviny (základní – chléb, mléko, máslo, maso)
2. Oblečení a obuv (základní výbava, často šité doma)
3. Domácí potřeby (nádobí, prací prášky, mýdlo)
4. Knihy, hračky, stavebnice (např. Merkur)

2025

1. Potraviny (včetně bio, veganských, dovoz z e-shopů)
2. Oblečení a móda (značky, online nákupy, fast fashion)
3. Elektronika (mobily, notebooky, sluchátka, příslušenství)
4. Kosmetika a drogerie (včetně luxusních značek, péče o tělo)

HLAS GENERACÍ: CO NÁM LIDÉ PROZRADILI O NAKUPOVÁNÍ

Ptali jsme se lidí napříč generacemi, jak vnímají nakupování dnes a jak se změnilo v porovnání s minulostí. Jejich odpovědi nás nejen pobavily, ale také nám ukázaly, jak rozdílné, a přitom podobné, naše nákupní zvyky jsou.



Marie, 85 let:

„Internet? Na ten se dívám jenom, když mi vnoučata ukážou fotky kočky! Já radši zajdu na trh, aspoň si popovídám.“



Michal, 40 let:

„Bez online nákupů bych byl ztracený. Nemám čas běhat po obchodech, a když můžu kliknout a je to doma, proč ne?“



Marie, 82 let:

„Dřív jsme chodili nakupovat hlavně na trhy, všechno bylo jiné. Dnes je to rychlé, každý párkrát ťukne do mobilu a má to co chce. Já už nic moc nepotřebuji, ale i tak ráda chodím nakupovat.“



Oldřich, 78 let:

„Online nákupy? No to víte... já když něco chci, radši si to pěkně osahám. Než abych pak dostal ponožky místo svetru!“



Klára, 19 let:

„Já nakupuju skoro jenom online. Když mám chuť, projedu pár eshopů třeba i o půlnoci. Kamenné obchody na tohle nestačí!“

Zatímco mladší generace vítá rychlost a pohodlí online nákupů, ti dříve narození zůstávají věrní osobnímu kontaktu a klasickému nakupování. Ať tak či onak, každý způsob má své kouzlo. Hlavní je, že si nakonec každý najde to své — ať už kliknutím, nebo krokem do obchodu!

ZAJÍMAVOSTI A TRIKY OBCHODNÍKŮ

Které generace nakupují a jak?

generace Z (do 25 let): Nakupuje hlavně online, hodně dají na recenze, influencery a vizuál. Rádi objevují nové značky.

mileniálové (25–40 let): Nejaktivnější skupina v online nakupování. Cení si rychlosti a pohodlí.

generace X (40–55 let): Mix online i offline, často nakupují pro rodinu. Věrnostní programy u nich dobře fungují.

boomeři (55+): Stále častěji zkouší e-shopy, ale pořád dávají přednost osobnímu kontaktu v kamenných obchodech

NÁKUPNÍ KOŠÍKY

Košík v obchodě ovlivňuje, kolik utratíme. Obchody záměrně zvětšily velikost nákupních vozíků – když je košík větší, máme tendenci do něj naložit víc věcí, i když je úplně nepotřebujeme.

NÁHODA?

Umístění produktů není náhoda. Dětské cereálie? V úrovni očí dítěte. drahé produkty? Často uprostřed regálu, kam padne zrak první

ODMĚNA

Nakupování aktivuje mozek jako odměna nebo poslechu oblíbené hudby. Proto se říká "shopping therapy" – a fakt to má svoje opodstatnění.

BARVY

Barvy v obchodech hrají velkou roli.

Barvy ovlivňují emoce i chování zákazníků:

Červená: vytváří pocit naléhavosti – proto je často u výprodejů.

Modrá: budí důvěru – často u bank nebo e-shopů.

Zelená: evokuje přírodu, zdraví – hodí se pro bio produkty.

Žlutá: upoutá pozornost – používá se pro výzvy typu „kup teď“.

VĚDĚLI JSTE?

Kdo častěji nakupuje?

Ženy pořád tvoří většinu pravidelných nakupujících, hlavně co se týká oblečení, kosmetiky a potravin.

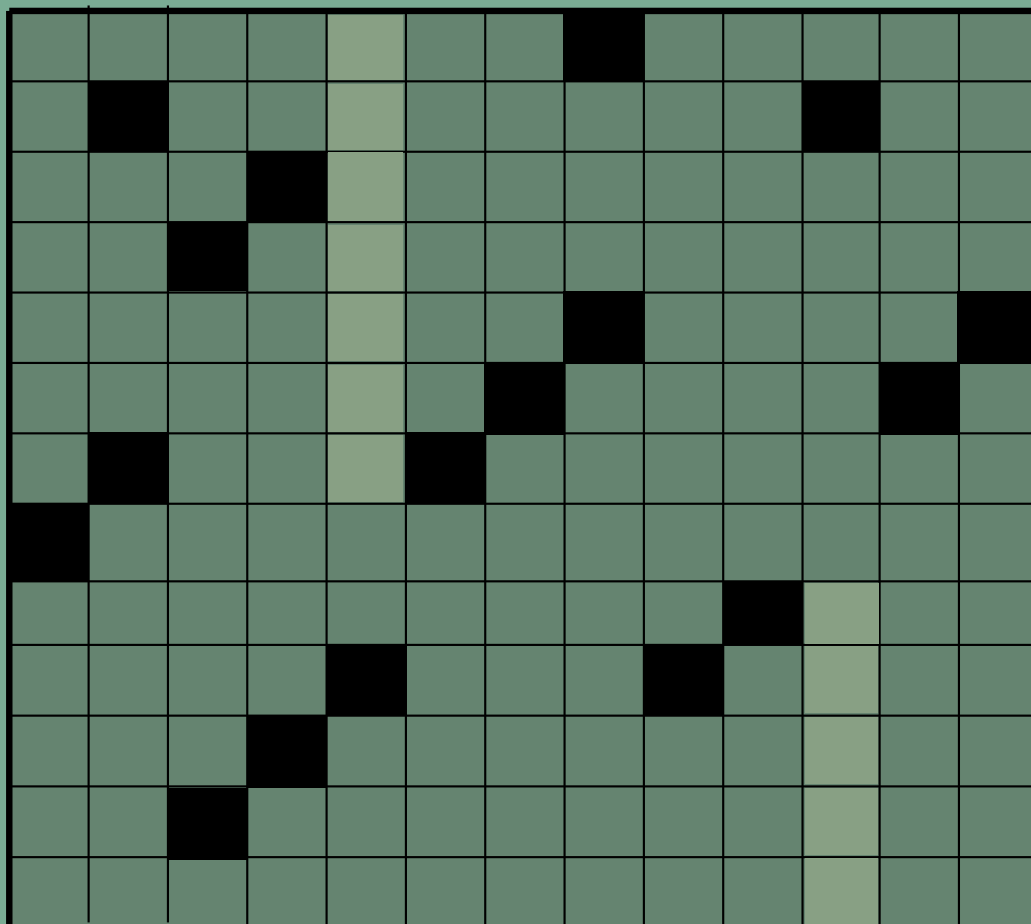
Muži častěji dělají nárazové a větší nákupy (elektronika, auta, sportovní vybavení)

Co lidé nejčastěji nakupují?

1. ...potraviny – jednoznačně nejčastější kategorie
2. oblečení a obuv
3. kosmetika a drogerie
4. elektronika
5. oblečení

ZAHRAJTE SI A VYHRAJTE !

Máme pro vás skvělou příležitost, jak nejen prověřit svou trpělivost, ale také získat hodnotnou výhru! Stačí vyplnit naši křížovku a můžete vyhrát slevu na předplatné našeho časopisu!



10	474	4787	238127	1568893	241047855
11	610	5543	448615	5315506	253147932
25	762	6457	673533	5887172	354789164
45	774	7892	995717	7601356	853302754
102	853	14892	1373872	12595762	4532478354
256	1876	21712	1282327	22123245	5478431042
327	2042	35484	1342128	42918538	10978017899
450	4713	91642	1453614	168374745	475562848061

1	2	3	4	5	6	7	8	9
D	I	S	O	A	P	T	Č	E

2565637247765

Pravidla soutěže:

Jakmile budete mít křížovku vyplněnou, jednoduše nám pošlete správnou tajenku na e-mailovou adresu.

e-mail – ikare@seznam.cz

Uzávěrka soutěže je – 31.05.2025.

Výherci budou vybráni náhodně a kontaktováni e-mailem.

Nejenže si užijete zábavu s naší křížovkou, ale můžete i ušetřit na dalším čtení vašeho oblíbeného časopisu.

Nenechte si ujít šanci!

Tak neváhejte a zapojte se!

Přejeme vám hodně štěstí!

- <https://www.novinky.cz/clanek/finance-nakupovani-napric-generacemi-mladi-jsou-spontanni-starsi-si-nakup-promysleji-40336873>
- <https://chatgpt.com/c/67a27489-c654-8008-b5d5-a6edf9689d13>
- <https://csu.gov.cz/produkty/polovina-cechu-nakupuje-na-internetu>
- <https://www.heureka.cz/?h%5Bfraz%5D=top+produkty>
- <https://cvvm.soc.cas.cz/images/articles/files/5856/or240828.pdf>
- <https://www.cbre.cz/press-releases/spotrebitelsky-pruzkum-cbre>
- https://vskp.vse.cz/35160_vybavenost_ceskoslovenskych_do_macnosti_domacimi_spotrebici_vsedesatych_letech_20_stoleti
- <https://www.muzivcesku.cz/mate-jeste-chleba-i-tak-jsme-drive-nakupovali-vylet-do-obchodaku-byl-ale-za-socialismu-jako-druhe-vanoce/>

IKARE

Časopis, který nahlíží na nakupování pohledem
různých generací.

Autoři:

Veronika Smítková (grafika a sazba)

Adéla Sekotová (šéfredaktorka)

Karolína Fišerová (redakce)

Adresa:

Ledeč nad Sázavou, Husovo náměstí 1

Vydavatel:

Gymnázium Ledec nad Sázavou

Datum vydání:

duben 2025

Koordinátorky projektu:

Ing. Jana Flekalová

Mgr. Soňa Poupětová

Od mládí po stáří, Ikare vás provází

Na nové vydání se můžete těšit každý pátek!