

BŘEZEN 2025

KORUNA



tipy

Jak nakupovat
online, ale bezpečně?

TAKHLE NE!

**4 NEJHORŠÍ VĚCI PŘI
NAKUPOVÁNÍ**

Rozhovor

Rozhovor se zkušeným
psychologem!





OBSAH



OBSAH

Co u nás najdete?

1

EDITORIAL

Opravdu se nakupování
za generace změnilo?

2

JAK NA TO?

5 tipů, jak na první
nákup online

3

PROBLEMATIKA

Obchodní psychologie

4

CO NA TO ČEŠI?

Jak jsou na tom Češi a
obchodní psychologie?

6

ROZHOVOR

S odborníkem Mgr.
Bohuslavem Kůrkou

7

TIPY

Jak nakupovat
bezpečně

9

TAKHLE NE!

4 nejhorší věci při
nakupování online

11

TOP 3

e-shopaři

12

KVÍZOVÁNÍ

Co jste si z časopisu
odnesli?

Nakupování se za poslední generace opravdu hodně změnilo. Dnes už většina lidí dává přednost nakupování online, kde najdeme vše, co potřebujeme, bez opuštění domova.

Nicméně je důležité vědět, jak na to, abychom byli v bezpečí – nejen při platbách, ale i při ověřování informací. V našem rozhovoru s odborníkem Mgr. Bohuslavem Kůrkou se dozvíte, co stojí za obchodní psychologií.

A nakonec, zjistíme, kdo jsou nejbohatší majitelé e-shopů od nás z tuzemska. ■

rozhovor na téma obchodní psychologie

Str. 7



Mění se nakupování?

3

EDITORIAL * KORUNA

Moje babička chodí na trh. Druhá nakupuje v obchodě na vesnici. A já nakupuji on-line i u farmáře, přitom jsme od sebe jen pár desítek let.

Každý nakupujeme jinak, protože jsme si zvykli.

Stejně jako ony na nás. Protože žijeme v době, kdy včerejší zvyky zítřku nestačí. A obchod se tomu přizpůsobil, tedy ten chytrý.

Máme Scuk. Platformu, která spojuje lokální farmáře a obchodníky.

Díky němu si nakoupíte kvalitní české potraviny online.

Týdně, jednoduše, na jednom odběrném místě a hlavně to funguje, pro nás i pro ně.

Máme Rohlík. Dítě Tomáše Čupra. Obchod, který ví, že rozvoz je služba, která má vypadat. Ušli už hezkou cestu a prošlapávají cestičku internetovým supermarketům u nás.

Máme nonstop Coop. Funguje 24 hodin denně, bez prodavačky a bez pokladní. Nakupujete ve tři ráno, když vás přepadne hlad. Tohle už totiž není jenom u našich sousedů nebo v představách, ale v realitě.

A máme i Facebook Marketplace. Místo, kde si lidé dřív sdíleli jen zážitky, ale dnes tam prodávají sekačky, lampy i staré vinylové desky nebo potraviny. >>



Obchod se mění. A my s ním. Možná pomalu. Možná ne všichni stejně, ale pořád.

Rohlík čekal na zisk čtyři roky. Dnes expanduje po celé Evropě a dělá obrat přes 17 miliard korun.

Přesto je pořád malý oproti klasickým řetězcům, ty mají v Česku tržby skoro 400 miliard. Ale kdo ví, co bude za pět let?

Takže zpátky na začátek: jak se mění nakupování v očích různých generací? A mění se vůbec, nebo se jen přizpůsobuje? Odpověď možná najdete právě v tomto čísle Koruny.

A pokud máte svůj příběh o nakupování – ten, který by neměl zapadnout – napište mi na jonas.petrlik@seznam.cz Třeba z toho bude další článek. Nebo nový trend.

Hezké jaro,

a hlavně nenakupujte impulzivně.
Buďte obchodně gramotní.

— Jonáš Petrlík ■

Nový e-shop? **Nákup?**

5 TIPŮ, JAK NA TO BEZPEČNĚ

1

Koukejte na recenze, ale ne jen kladné, to by přeci bylo alespoň trochu zvláštní, kdyby neexistoval ani jeden nespokojený. A také nehledejte jen jednu, ale aspoň pár dalších, abyste měli jistotu!

2

Cena? Jo, cena je důležitá, ale nechcete ji platit dvakrát, i když poprvé utratíte o 127 Kč méně... Proto koukejte na cenu, ale prověřujte, protože moc nízká cena není vždy jen tak.

3

Jak vypadají webovky? Pokud vypadají odlehle jako Americká pampa, nebo je napsal Čech bez kousku pravopisu v krvi, možná to nebude rána do černého a radši najděte aktualizovaný e-shop.

4

Důvěřujte, ale prověřujte! Pokud e-shop neznáte, radši si všechny informace uvedené na stránkách ověřte na zákaznické lince, která vám potvrdí, že je to opravdu seriózní prodejce.

5

Jak se to ke mně (ne)dostane? Doprava je poslední kousek skládačky, a tak radši vyhledávejte více možností a při vašem poprvé doporučuji dobírku, protože riskujete opravdu nejméně.



Obchodní psychologie

Díky panu Kůrkovi už jsme chytřejší – víme, proč nakupujeme bezmyšlenkovitě a zbrkle. Podíváme se tedy na faktory, které při vašem nákupu hrají podstatnou roli.

JAK NÁS OBCHODY OVLIVŇUJÍ?

Už jste někdy viděli produkt, kterého zbývají jen dva kusy nebo dokonce poslední? Jak jste se v tu chvíli cítili? Mluvím o tom, co jsem sám zažil. Říkal jsem si, že to sice třeba tolik nepotřebuji, ale co když to vyprodají? Nakonec jsem to koupil, i když jsem si tím nebyl jistý...

Tomuhle se říká FOMO (fear of missing out), tedy strach, že nám něco unikne. Ve chvíli, kdy FOMO přijde, racionální část mozku přestává fungovat – do hry totiž vstupují emoce. Co když to nestihnou? Co když už to tričko nikdy nedoskladní? Co potom budu dělat? Obchodníci na tyto obavy čekají – začínáte myslet iracionálně a rozhoduje za vás strach ze ztráty.

VĚRNOSTNÍ PROGRAMY

Máte nějakou věrnostní kartičku ze supermarketu? Já tedy ne, ale skoro každý v mém okolí nějakou má. A je jedno odkud – všechny mají stejný záměr: udělat nakupování pohodlnější, aby si vás obchod udržel a zvyšoval své tržby.

Už ze slova věrnostní je cítit, že se prodejci snaží budovat důvěru a vztah, například různými akcemi jako 2+1 zdarma nebo 200 Kč na nákup nad 1000 Kč.



Cílem je udělat z vás zákazníky, kteří se budou vracet, doporučovat a zvyšovat tržby obchodu.

Třeba v Kauflandu sbíráte za nákupy body, díky kterým pak získáte slevy nebo další výhodné nabídky.

Výsledek? Nekoupíte si jen jednu konzervu, ale rovnou tři – protože je to „výhodné“. >>

VĚRNOSTNÍ PROGRAMY

Občas dostanete i dárek. Třeba u Rohlíku jsou to kredity na další nákup. Často je tam ale háček – sleva platí až od určité částky.

A například u dopravy zdarma při objednávce z Rohlíku musíte nakoupit minimálně za 1500 Kč. Ušetří vám to sice jen 70 korun, ale lidé jsou i tak ochotni utratit i pětkrát tolik, jen aby měli zdánlivý pocit, že vlastně šetří.

Napadlo vás někdy, kolik peněz takhle utratíte? Jen kvůli tomu, že je omezené množství nebo „výhodná“ nabídka v aplikaci, která zítra vyprší?

Upřímně – chápu to. V takový moment je těžké se zastavit a v klidu se zeptat: „Potřebuju to vůbec?“

Ale vaše peněženka vám za tohle jednoduché zastavení rozhodně poděkuje. ■

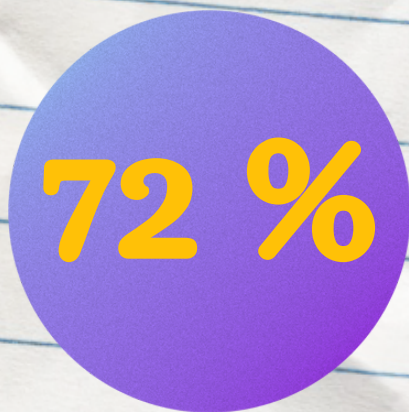
FOMO?

FOMO, neboli fear of missing out – strach, že nám něco uteče.

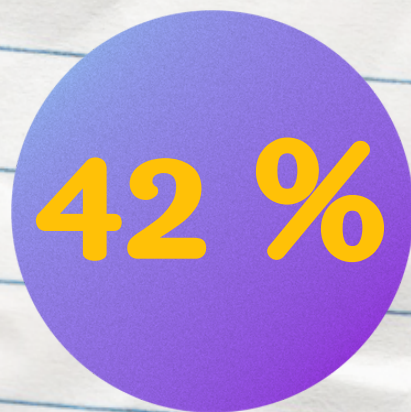
V dnešní době sociálních sítí je tenhle pocit ještě silnější – pořád vidíme, jak ostatní jezdí na dovolené, kupují si drahá auta a domy, zatímco my ne. A tak se v nás může objevit závist, tlak nebo strach, že o něco přicházíme.

A přesně na to obchody míří. Nechtějí, abychom zapojili hlavu, ale peněženku. Vidíme, že zbývá poslední kus – a i když tu věc nepotřebujeme, koupíme ji jen proto, že by mohla být brzy pryč. Tento pocit nedostatku ale často není reálný – může být jen chytrý trik obchodníků, jak nás přimět utrácet.

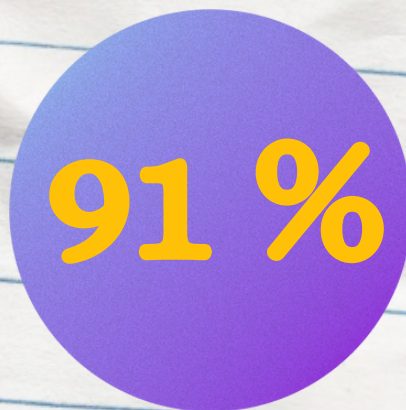
Co na obchodní PSYCHOLOGII říkají Češi?



72 % Čechů se setkala s
pojmem „prodejní
psychologie“



u 42 % Čechů vyvolávají
křiklavé barvy pocit akce nebo
naléhavosti



91 % Čechů koupí
potravin ve slevě, i když
je nepotřebují

Psychologie je VŠUDE

Zažili jste někdy situaci, kdy jdete do obchodu jen pro pár věcí – třeba chleba a sýr – ale domů si nesete plné tašky a účtenku, která sahá až ke kotníkům?

Vítejte ve světě prodejních triků. Nejde jen o otravné telefonáty s „výhodnou“ nabídkou. I váš oblíbený supermarket umí velmi nenápadně přimět vaši peněženku otevřít se víc, než jste původně plánovali. A často si to uvědomíte až doma – když už je pozdě.

Co za tím stojí? Emoce a dopamin

Abychom to zjistili, požádali jsme o pomoc psychologa Bohuslava Kůrku, který se už přes dvacet let zabývá chováním lidí. Klíčovou roli podle něj hraje dopamin – neuropřenašeč, který propojuje činnosti s příjemnými pocity odměny.

Například při sportu vás dopamin motivuje k lepším výkonům.

Při konzumaci čokolády ale hladina dopaminu vyskočí až o 200 %, podobně funguje i alkohol – podle studií dokonce stačí pivaři samotná vůně piva, aby se dopaminová hladina výrazně zvýšila.

Teď si představte, že v obchodě míváte regály s čokoládami, slanými pochutinami a dalšími „malými radostmi“. Váš mozek si k nim vytvoří cestičky.

Dopamin vás odmění – a vy se podvědomě budete chtít vracet pro další dávku. Tím si obchody vytvářejí zákazníky, kteří se rádi a často vrací.

Proč místo Škodovky odjždíme v nejnovější Audi?

Druhou část příběhu tvoří emoce. Nakupování nám totiž kromě dopaminu dává i pocit uspokojení, výjimečnosti nebo třeba nadřazenosti.

Typický příklad? Přijdete do autosalonu pro praktickou Škodovku, ale odjždíte v novém Audi na splátky.

Proč? Protože si říkáte: „Když si trochu připlatím, budu mít přece to nejlepší.“ Jenže podobné rozhodnutí může mít negativní dopad na vaši finanční situaci – obzvláště pokud do toho vstoupí půjčka. >>



Na druhé straně spektra stojí drobnosti. Třicetikorunový váleček na těsto? „Sice už jeden máme, ale za tu cenu? To se hodí.“ Stejně to funguje s kolíčky, nazouváky, baterkami a dalšími drobnostmi. V tu chvíli si ani neuvědomíte, že i tyhle věci se nasčítají – a tisícikorunový nákup je rázem za tři.

„Pokud něco potřebuji, musím vědět, že to potřebuji.“

Jak se ubránit iracionálnímu nakupování?

Impulzivní nakupování není o nedostatku vůle, ale spíš o tom, že v danou chvíli jednáme spíš emocemi než rozumem. Psycholog Bohuslav Kůrka v tom má jasno – nejúčinnější obranou je kritické myšlení. Než hodíte věc do košíku, zastavte se a zkuste si položit pár jednoduchých otázek: Opravdu to potřebuji, nebo to jen chci? Kde a jak to využiji? Můžu ten nákup odložit na později a zjistit, jestli ho vůbec budu za pár dní ještě chtít? A nakonec – neohrozí to moje finance nebo měsíční rozpočet?

Možná to zní banálně, ale právě v těch rozhodujících momentech tyto otázky často zapomínáme. A právě to z nás dělá ideální terč pro obchodníky, kteří přesně vědí, jak v nás vyvolat pocit potřeby – i když žádnou skutečnou potřebu nemáme.

Praktické tipy, které pomohou udržet peněženku na uzdě

1. Neřešte velké nákupy sami.

Požádejte kamaráda, partnera nebo třeba rodiče, ať vám s rozhodnutím pomůžou. Můžete si také nastavit pevný finanční limit – a někoho, kdo vám ho pomůže dodržet.

2. Zvažte pro a proti.

Sepište si výhody a nevýhody daného nákupu. Co vám to přinese? Máte levnější alternativu? Je ten nákup skutečně přínosný, nebo jen potěší ego?



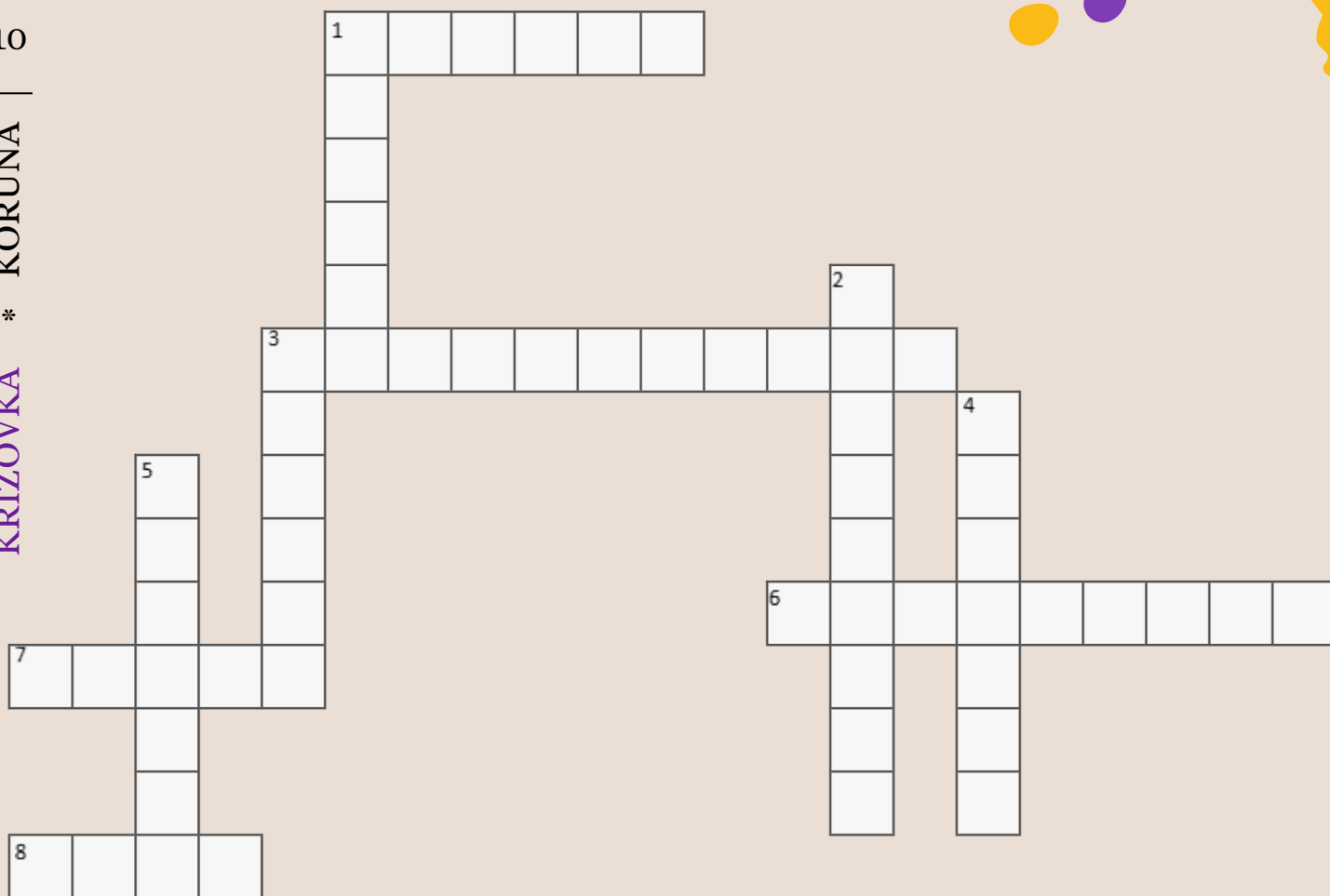
KŘÍŽOVKA

10

KORUNA

*

KŘÍŽOVKA



Horizontálně

1. Podvod, kterým chce někdo získat peníze nelegálně?
3. Ochrana proti lidem, kteří se snaží dostat tam, kam nemají?
6. Způsob, jak se při odesílání dat skryje jejich obsah.?
7. Situace, kdy je něco levnější než obvykle?
8. Vlastní účet, který si uděláš na e-shopu?

Vertikálně

1. Placení za to, co sis koupil?
2. Program, který chrání počítač před viry?
3. Pomoc, když dostaneš vadné zboží?
4. Jak se zboží dostane z obchodu k tobě domů?
5. Náзор lidí, kteří si už něco koupili?

VÝSLEDKY →



Bezpečné nakupování



na internetu

11

TIPY * KORUNA

Než se rozhodnete nakoupit, ověřte si **důvěryhodnost e-shopu** – podívejte se na **recenze a hodnocení ostatních zákazníků**. Zkontrolujte také, zda je webová stránka zabezpečená – poznáte to podle „https“ v adrese a symbolu zámku v adresním řádku.

Nikdy nezadávejte **zbytečné osobní údaje**, jako je **rodné číslo** nebo číslo platební karty mimo zabezpečený formulář. Pokud je **cena zboží podezřele nízká**, raději zpozorněte – může jít o podvod.

Plaťte bezpečně, ideálně **přes ověřenou platební bránu nebo na dobírku**. A po dokončení nákupu si vždy uložte **potvrzení objednávky**.

Pozor si dejte i na **nabídky na sociálních sítích** – ne všechno, co vypadá lákavě na Instagramu nebo Facebooku, je **důvěryhodné**. Pomoci vám mohou zkušenosti a recenze ostatních uživatelů.

Online nákup může být skvělý způsob, jak si ušetřit čas i peníze, **pokud přemýšlíte, než kliknete** ■



Vyzkoušej se!

1. Jak se jmenuje psycholog, co v textu vysvětloval, proč někdy nakupujeme úplně bez rozmyslu?

A: Tomáš Čupr

B: Bohuslav Kůrka

C: Jonáš Petrlík

2. Co nás podle článku často donutí něco koupit, i když to nepotřebujeme?

A: Levná cena

B: Logika

C: Emoce a pocit „co když už to nebude?“

3. Jak vypadá typická FOMO situace?

A: Sleva 50 %

B: Zboží zbývá poslední kus a ty máš pocit, že to MUSÍŠ koupit

C: Nákup s věrnostní kartičkou

4. Proč nám e-shopy dávají dárek nebo slevu až když utratíme třeba 1500 Kč?

A: Aby nám udělali radost

B: Abychom měli pocit, že jsme VIP

C: Abychom nakoupili víc, než jsme chtěli

5. Proč obchody rozdávají věrnostní kartičky?

A: Abychom se zbavili starého zboží

B: Aby nás nalákali zpátky a vydělali víc

C: Abychom měli kam psát nákupní seznam

6. Co je podle textu Scuk?

A: Aplikace, která hlídá slevy

B: Web, kde si můžeš objednat jídlo od českých farmářů

C: Obchod s domácím pečivem

7. Co je Rohlík?

A: Startup s pečivem

B: Online obchod s jídlem, co ti ho přiveze až domů

C: Web s recepty

8. Co je největší riziko při nákupech přes sociální sítě?

A: Pomalejší doručení

B: Že ti balík nedorazí

C: Že naletíš na podvodný odkaz nebo falešný profil



Nakupování na sociálních sítích se stalo běžnou součástí našeho každodenního života. Stačí pár kliknutí a balíček je na cestě. Jenže právě tam číhá i nejvíc podvodníků, kteří čekají na svou příležitost. Víte, jak poznat podezřelý inzerát a nenechat se napálit?

N

akupování na sociálních sítích se stalo běžnou součástí našeho každodenního života. Stačí pár kliknutí a balíček je na cestě. Jenže právě tam číhá i nejvíc podvodníků, kteří čekají na svou příležitost. Víte, jak poznat podezřelý inzerát a nenechat se napálit?

Příběh Anety z článku na BusinessInfo.cz ukazuje, jak snadno se může stát obětí podvodu i zkušený uživatel. Aneta chtěla koupit oblečení pro svého syna od jiné maminky na Facebooku. Místo balíčku jí ale začaly z účtu mizet peníze – podvodnice ji přiměla zadat údaje z platební karty na falešné stránce kurýrní služby.

Jak se podobným situacím vyhnout?

1. Ověřte si, s kým jednáte

Než někomu pošleš peníze, podívej se na jeho profil. Má reálné fotky? Je aktivní delší dobu? Má hodnocení od ostatních uživatelů? Pokud máš pochybnosti, zeptej se společných přátel nebo si jeho jméno vyhledej na internetu. Podvodníci často používají falešné profily nebo kradou identity jiných lidí.

2. Neklikejte na podezřelé odkazy

Pokud vám někdo pošle odkaz na „platební bránu“ nebo „kurýrní službu“, buďte opatrní. Podvodníci umí vytvořit stránky, které vypadají jako skutečné, ale slouží jen k tomu, aby z vás vylákali údaje z platební karty. Raději plaťte přes známé a ověřené platební metody, a také nezažívejte citlivé údaje na stránkách, které zatím neznáte.

3. Nespěchejte a nenechte se tlačit

Podvodníci často vytvářejí tlak, tvrdí, že zboží rychle mizí, kurýr už čeká, nebo že je nutné jednat hned. Nenechte se tím zaskočit. Vždy si dejte čas na rozmyšlenou a ověření informací. Pokud někdo naléhá, je to varovný signál.

Co když se něco pokazí?

Pokud máte podezření, že jste se stali obětí podvodu, okamžitě kontaktujte svou banku a informujte ji o situaci. Požádejte o zablokování platební karty nebo zastavení podezřelých transakcí, aby se zabránilo dalším finančním ztrátám.

Je také důležité nahlásit podvod Policii ČR, protože každé hlášení pomáhá odhalit širší podvodné schémata, která cílí na více lidí.

Pokud jste poskytli citlivé údaje, jako jsou přístupové kódy do internetového bankovníctví, okamžitě je změňte, ideálně z jiného zabezpečeného zařízení.

Důležité je také podělit se o svou zkušenost s ostatními, ať už ve skupinách na sociálních sítích nebo mezi přáteli. Takto můžete nejen pomoci varovat další před podobnými podvody, ale také přispět k větší osvěty o tomto nebezpečí.

Neověření důvěryhodnosti

Mnoho lidí se rozhoduje podle vzhledu stránky, ale to není dostačující záruka bezpečnosti. Stačí si zadat název obchodu do vyhledávače a přečíst si recenze ostatních zákazníků. Pokud e-shop nemá žádné recenze nebo se objevují negativní zkušenosti, měli byste se mu vyhnout.



Pokud se něco pokazí, okamžitě kontaktujte obchodníka a reklamujte zboží. Pokud platba nebyla dokončena, požádejte banku o zablokování. Pokud jste platil kartou, požádejte o chargeback. Nahlaste podvod Policii ČR. Změňte přístupové kódy do bankovníctví a informujte ostatní.

Příliš nízké ceny

Pokud je cena výrazně nižší než u konkurence, může to být varovný signál.

Může se jednat o podvodný e-shop nebo prodávané zboží může být padělané. Cena by neměla být jediným faktorem při rozhodování o nákupu.

Ignorování obchodních podmínek

Obchodní podmínky by měly být vždy dostupné a čitelné. Mnoho lidí je nečte, přitom v nich najdete informace o právu na odstoupení od smlouvy, vrácení zboží a reklamačním řízení. Pokud obchodní podmínky nejsou jasné nebo jsou těžko dostupné, může to být varovný signál.

Platba předem

Pokud máte pochybnosti o e-shopu, platba předem může být riskantní. Místo toho je lepší použít bezpečnější způsoby platby, jako je platba kartou nebo dobírka. Dbejte na to, kdo dostává vaše peníze.



Slovo závěrem



**JONÁŠ
PETRLÍK**

šéfredaktor

**KRISTÝNA
TOMŠOVSKÁ**

grafik

**JAN
KOŘÍNEK**

editor

Vážení čtenáři, pokud jste se dočetli až sem, moc Vám děkujeme.

Tvoření časopisu mohla být procházka růžovým sadem, ale my jsme si z toho udělali týden intenzivní práce na tvorbě tohoto čísla.

Hodně jsme se toho naučili, ale hlavně musím vypíchnout práci v týmu, protože ač se to může zdát jako hračka, občas dá zabrat se shodnout v dobrém, protože každý má trochu jiný úhel pohledu.

Nakonec jsme se ale jak vidíte shodli a vzniklo tohle brodské číslo časopisu Koruna.

Koordinátor: Ing. Pečenková Natálie

Rok: 2025

Vydavatel: Obchodní akademie a Hotelová škola, Bratříku 851, Havlíčkův Brod



**Obchodní akademie
a Hotelová škola**
Havlíčkův Brod

Top 3

Nejbohatší majitelé e-shopů u nás

