

Nakupování očima různých generací



Název časopisu: Nakupování očima různých generací **Vydavatel:** Amálie Chytrá, Martina Polcarová, Matouš Paska **Koordinátorka:** Mgr. Martina Tučková **Období tvorby:** Březen – Duben 2025 **Místo tisku:** Evropská obchodní akademie v Děčíně **Kontakt:** mtuckova@oadc.cz **Copyright:** © 2025 Nakupování očima různých generací – Všechna práva vyhrazena

OBSAH

1. Úvodní slovo
2. Nakupování v letech 1950 – 1960
 - a) Západní země – co se nejvíce nakupovalo
 - b) Státy východního bloku – co se nejvíce nakupovalo
 - c) Co se celosvětově nejvíce nakupovalo v letech 1950 – 1960
3. Nakupování v letech 1970 – 1980
 - a) Západní země – co se nejvíce nakupovalo
 - b) Státy východního bloku – co se nejvíce nakupovalo
 - c) Tuzex
4. Nakupování v letech 1990 – 2000
 - a) Nakupování v 1990
 - b) Nakupování v 2000
 - c) Co se nejčastěji nakupovalo v letech 1990 – 2000
5. Nakupování v současnosti
6. Závěr
7. Zábavné okénko – křížovka
8. Tiráž

ÚVODNÍ SLOVO

Nakupování je součástí našeho života, ovšem každá generace vnímá tento proces jinak. Zatímco starší generace preferuje osobní kontakt a kvalitní výběr, mladší generace preferuje rychlé nákupy prostřednictvím online portálů a pohodlí digitálních plateb.

Jedni nostalgicky vzpomínají na kouzlo kamenných obchůdků s osobním přístupem a pečlivě vybrané zboží, druzí si zakládají na efektivitě, srovnávání cen a možnosti nakupovat odkudkoliv.

Technologický pokrok změnil nejen způsob nakupování, ale i naše očekávání, vkus a priority. Jak tedy vypadá svět nakupování očima různých generací? Pojďme se společně podávat na tuto proměnu, která propojuje minulost, současnost i budoucnost.

NAKUPOVÁNÍ V LETECH 1950 – 1960



Ukázka šatů z 60. let

V období 1950 – 1960 se nákupy výrazně lišily od dneška, a to jak typem zboží, tak způsobem nákupu. Záleželo také na tom, jestli mluvíme o západních zemích (např. USA) nebo o státech východního bloku (např. tehdejší Československo)

Západní země – co se nejvíce nakupovalo

- a) Domácí spotřebiče: ledničky, pračky, vysavače – lidé si zlepšovali životní úroveň.
- b) Automobily: masová výroba umožnila dostupnější auta.
- c) Televizory a rádia: začala éra televize – obrovský boom.
- d) Oblečení: rozvoj konfekce, móda 50. let (šaty, sukně, saka, klobouky).
- e) Potraviny: růst supermarketů, konzervy, mražené jídlo.

Státy východního bloku – co se nejvíce nakupovalo

- a) Základní potraviny a zboží denní potřeby: často ale na přídel nebo s omezenou dostupností.
- b) Oblečení a obuv: většinou československé výroby (např. Baťa).
- c) Nábytek, kuchyňské potřeby: lidé si vybavovali byty.
- d) Kola, kočárky, šicí stroje: populární praktické věci.
- e) Rádio, gramofon: pro domácí zábavu.

Co se celosvětově nejvíce nakupovalo v letech 1950 – 1960

V těchto letech se celosvětově nejvíce nakupovaly základní potraviny, jako mouka, cukr, sůl, mléko, vejce, maso a brambory. Časté byly i konzervy a trvanlivé potraviny, jako jsou polévky v plechovkách či paštiky. V USA a západní Evropě začalo být populární mražené jídlo a instantní výrobky.

Lidé si začali běžně kupovat hotové oblečení (dříve se šilo doma), oblíbené byly zejména šaty s širokou sukní, košile, kalhoty s puky, saka, kabáty, čepice a kravaty.

Později, přesněji od konce 50. let, se hodně nakupovaly televizory. V USA byly běžné, ale v Československu to byl luxus.



Tipni si! V jakém roce založil Jeff Bezos společnost Amazon?

- a) 2003 b) 1998 c) 1994 d) 2001



NAKUPOVÁNÍ V LETECH 1970 – 1980

V letech 1970–1980 už svět vypadal jinak než v 50. a 60. letech. Lidé měli vyšší životní úroveň, do módy se dostávala masová spotřeba, ale také se objevily první větší ekonomické krize (např. ropná). Východní a západní svět byl stále rozdělený, takže se nakupovalo dost odlišně podle místa.

Západní země – co se nejvíce nakupovalo

Nejvíce se nakupovala elektronika a technologie. Oblíbené byly barevné televize, mikrovlnné trouby, videorekordéry nebo třeba Hi-fi věže, což byly kazetové přehrávače. Na konci 70. let se začaly kupovat i počítače pro domácnosti.



Ukázka zvonových kalhot

Hodně se prodávaly karavany, skútry nebo mopedy. Auta začala být menší a úspornější, protože je ovlivnila ropná krize (1973 – 1979).

Nejvíce se nosily zvonové kalhoty, kozačky, tenisky. Lidé se oblékali do disco stylu.

Státy východního bloku – co se nejvíce nakupovalo

Kupovaly se základní potraviny a domácí produkty, jako mléko, máslo, paštiky, rohlíky, chleba a marmelády. Často byly fronty na maso, banány, pomeranče a kávu – sezónní či nedostatkové. V této době byl velice využíván Tuzex.

Tuzex

Tuzex byla v dobách československého socialismu a dočasně ještě po Sametové revoluci síť obchodů, ve kterých se za valuty zahraničních měn nebo tuzexové poukázky mohlo koupit zahraniční, zejména západní zboží, které nebylo v normální síti prodejen k dispozici. Vznikl 1. července 1957. V období od 1. ledna 1969 do 31. prosince 1970 byl přeměněn na akciovou společnost. Předchůdcem Tuzexu byla organizace Darex.



Logo Tuzexu



K zamyšlení! Co se dále nosilo v tomto období, kromě výše uvedených kousků oblečení?

NAKUPOVÁNÍ V LETECH 1990 – 2000

Nakupování v 1990

Rok 1990 byl výjimečný, plný změn, nadějí a očekávání. Po pádu komunismu se začaly objevovat první supermarkety a hypermarkety, což znamenalo konec dlouhých front na základní zboží. Lidé se postupně seznamovali s tržním hospodářstvím a západní značky začaly pronikat na český trh. Kromě supermarketů byly také v trendu malé obchůdky či tržiště, kde se platilo hlavně hotově.

Nakupování v 2000

Nakupování v roce 2000 bylo mnohem modernější než nakupování v 90. letech. Supermarkety a hypermarkety se staly běžnou součástí života. Začaly se více používat platební karty, ale hotovost stále dominovala. Ceny se postupně zvyšovaly. Nejvíce se zdražilo jídlo, energie a bydlení, což dopadlo nejvíce na lidi s nízkými příjmy. Naopak některé věci, jako oblečení a obuv, byly levnější díky levným dovozům z Asie.



Zajímavost! Věděli jste, že kolem roku 1990 se objevily první platební karty?

Co se nejčastěji nakupovalo v letech 1990 – 2000

V roce 1990 byly mezi nejčastěji nakupovanými produkty základní potraviny jako chléb, cukr, mléko a káva. Lidé také často kupovali bavlněné oblečení, zimní kabáty a koženou obuv. Co se týče paliv, černé a hnědé uhlí bylo běžně pořizované pro vytápění domácnosti.

V roce 2000 se nakupovala spousta zajímavých věcí, které odrážely tehdejší trendy a technologický pokrok. Lidé stále kupovali základní potraviny, ale začaly se více objevovat i instantní potraviny a různé exotické ingredience díky globalizaci. Móda roku 2000 byla pestrá, oblíbené byly mini kabelky, kovbojské boty, teplákovky a hip-hopové oblečení. Ikonickými se postupem času staly party outfity, kamínky, kožené sukně a kalhoty, halter topy nebo velké sluneční brýle. Internetové nákupy začaly nabírat

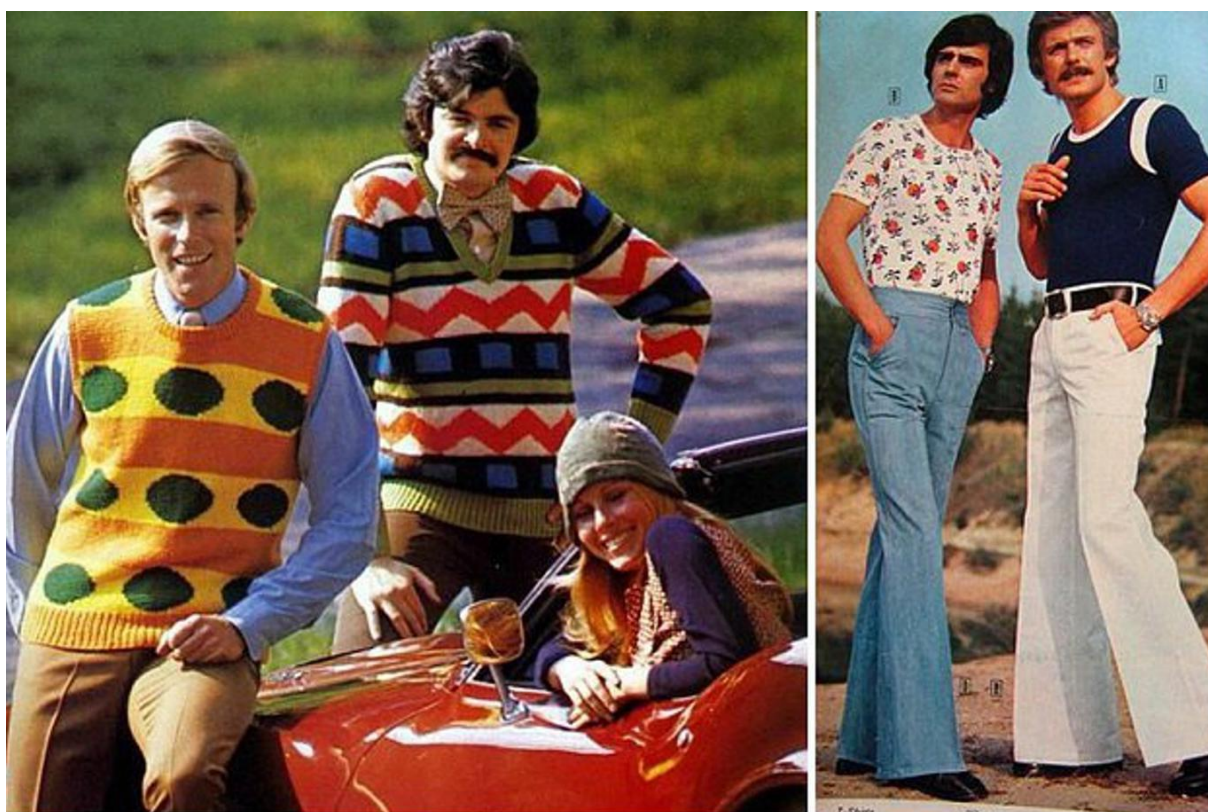


Halter top

na popularitě, mezi nejprodávanější produkty patřily počítače, mobilní telefony a elektronika.



Zajímavost! Tehdejší automobilový trh byl ovlivněn změnami v nabídce, mezi nejpopulárnější modely patřila Škoda Favorit 136 L.



Muži často nosili flanelové košile, inspirované grungeovou scénou, džíny s vysokým pasem, kožené bundy a oversized mikiny. Vlasy si někteří muži gelovali po vzoru Brandona Walshe ze seriálu Beverly Hills 90210.

NAKUPOVÁNÍ V ROCE 2010



Ženské skinny džíny

Nakupování v roce 2010 bylo ovlivněno několika faktory, včetně ekonomických změn, technologického pokroku a změn v preferencích spotřebitelů. Internetové obchody jako Amazon, eBay, Alza nebo Mall získávaly na popularitě. Lidé začali více nakupovat elektroniku, oblečení a kosmetiku online. Spotřeba některých základních potravin, jako chléb, začala klesat, zatímco vzrostla obliba těstovin, mléčných výrobků a drůbežího masa. Mezi lety 2010 a 2011 došlo k prudkému růstu cen pečiva a cukru. Co se módy týče, oblíbené byly kožené bundy, oversized svetry a tenisky s vysokou podrážkou. Mezi nejprodávanější zařízení patřily iPhone 4, chytré televizory a tablety.

Pokud by se dal některý z trendů z roku 2010 nazvat jako nesmrtelný, pak by jím nepochybně byly „skinny džíny“. Jedná se o upnuté denimové kalhoty, které nosí převážně ženy. Pro mnoho z nich jsou skvělým prvkem pro zvýraznění postavy, pro jiné dámy představují noční můru.

Nesluší totiž každému, nicméně jsou to kalhoty, které jen tak nezestárnou a jež má v šatníku téměř každá žena.

V roce 2010 byl také oprášen takzvaný baloňák. Tak se říká ikonickému plášti, který byl in na počátku dvacátého století a který se během prvního desetiletí nového milénia stal středem zájmu nejedné módní značky.



Mužské skinny džíny



iPhone 4



Zajímavost! iPhone 4 byl představen 7. června 2010 na Celosvětové konferenci vývojářů (WWDC 2010) v Moscone Center v San Franciscu. Do prodeje se dostal 24. června 2010.

NAKUPOVÁNÍ V SOUČASNOSTI

Nakupování v dnešní době se neustále vyvíjí díky technologickému pokroku, změnám ve spotřebitelském chování a globálním trendům.

V dnešní době se mnohem více preferuje on-line nakupování namísto nakupování v kamenných obchodech. Online nakupování zažívá obrovský boom. Lidé si zvykli na pohodlí objednávání z domova, rychlé doručení a široký výběr produktů. Kamenné obchody se snaží přizpůsobit – nabízejí zážitkové nakupování, lepší služby a možnost vyzkoušení produktů na místě.

Hotovost už pomalu mizí – bezkontaktní platby a mobilní aplikace jsou standardem. Platby přes QR kódy či kryptoměny začínají být běžnější. Navíc služby jako same-day delivery umožňují doručení ve stejný den, což dříve bylo nepředstavitelné.



Platební terminál

Lidé čím dál více přemýšlí o původu produktů, jejich ekologickém dopadu a férovém obchodování. Udržitelné značky získávají na popularitě, a spotřebitelé se více zajímají o recyklaci či kvalitu materiálů. Roste popularita second-hand obchodů a recyklovaných produktů, zatímco velké značky se snaží snižovat uhlíkovou stopu.

Firmy se předhánějí v tom, kdo nabídne nejrychlejší doručení a nejlepší zákaznický servis. Same-day delivery už není výjimkou a různá předplatná umožňují ještě jednodušší nakupování.



Kreditní karty

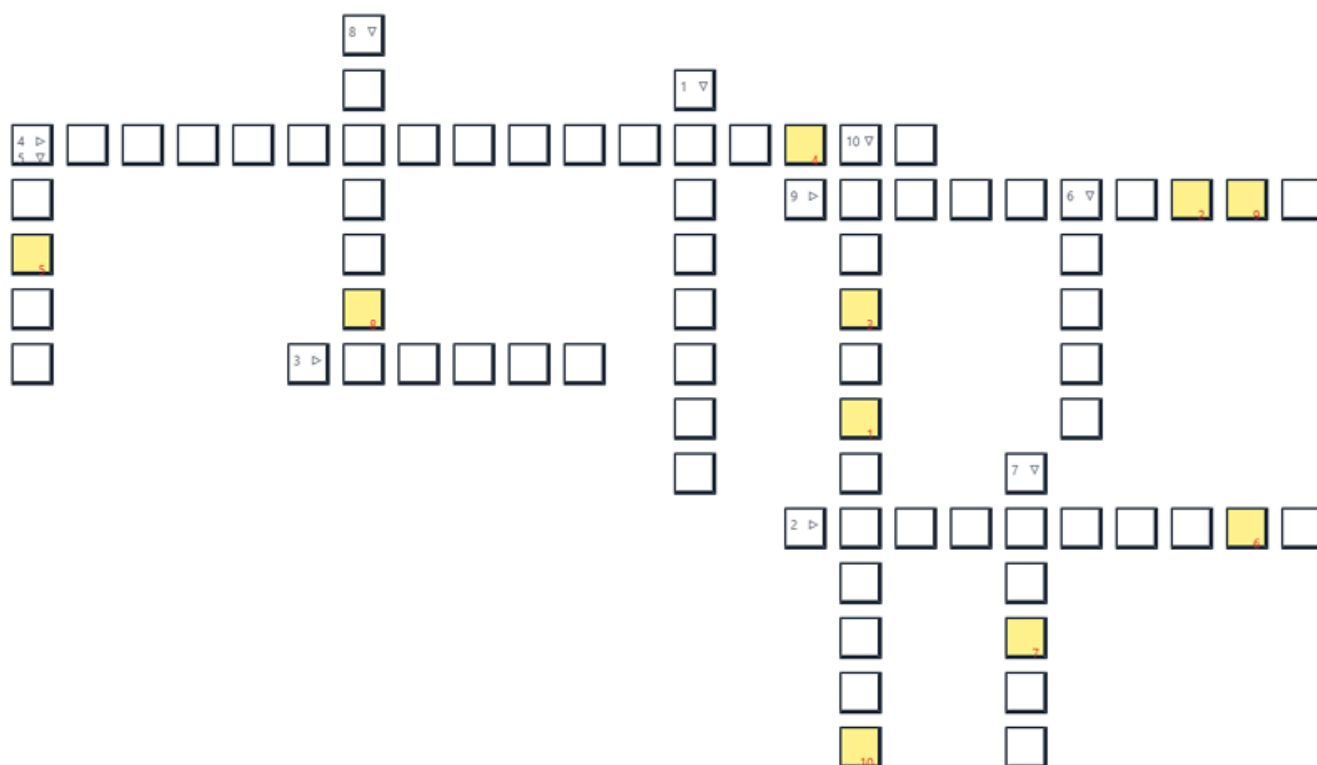
ZÁVĚR

Nakupování se neustále vyvíjí a reflektuje nejen technologický pokrok, ale i měnící se hodnoty společnosti. Zatímco starší generace stále oceňují osobní kontakt, kvalitu a tradici, mladší generace se spoléhají na rychlost, pohodlí a inovace v online světě.

Díky moderním technologiím se nákupní možnosti rozšířily – mobilní platby, umělá inteligence a virtuální realita dnes zjednodušují celý proces. Zároveň roste důraz na ekologii a odpovědnost, což mění nejen způsob nakupování, ale i výběr produktů.

Ať už preferujeme jakýkoli styl nakupování, jedno je jisté – náš způsob výběru produktů a služeb odráží nejen generaci, do které patříme, ale i naše individuální hodnoty. Nakupování tak zůstává nejen praktickou potřebou, ale i součástí naší identity.

ZÁBAVNÉ OKÉNKO – KŘÍŽOVKA



1. Co se nakupovalo v letech 1950 – 1960 ve státech východního bloku pro zábavu?
2. Který kus dámského oblečení začal být oblíbený na přelomu roku 2000?
3. Jak se v roce 2010 označovaly džíny, které si své nadšence drží dodnes?
4. Jaké zařízení do kuchyně se hodně nakupovalo v 70. letech?
5. Jaké dvoustopé vozidlo se ve velkém prodávalo v průběhu let 1970 – 1980?
6. Jaký styl oblékání byl v 70. letech velice oblíbený?
7. V jakém měsíci byl představen iPhone 4 v roce 2010?
8. Jak se říkalo ikonickému plášti, který se vrátil v roce 2010 z módního záhrobí?
9. Obchody s použitým oblečením se jmenují...
10. Jaký druh plateb je v současnosti nejvíce využívaný?

TIRÁŽ

Koordinátorka: Mgr. Martina Tučková

Redaktoři: Amálie Chytrá

Martina Polcarová

Matouš Paska

Adresa školy: Komenského náměstí 2 405 02 Děčín