

**od směnného
obchodu k e-shopu**



Sto store



**časopis,
který neztrácí
hodnotu
v čase**



1. vydání Duben 2025

59 Kč

OBSAH

1. Úvod

2. Směnný obchod

- Směnný obchod: Svět ve, kterém nejsou peníze

3. Středověk

- Středověké trhy: Místo kde pulzoval život
- Míry: Když metr neexistoval
- Středověká móda: Co tehdy frčelo?
- Hedvábná stezka: Centrála středověkého obchodu s orientálem

4. Plavby

- Obchod: Hnací motor zámořských objevů

5. Novověk

- Otroctví v novověku: Temná stránka světového obchodu

6. Reklama

- Začátek reklamy: Od papíru k obrazovce
 - První tištěná reklama
 - První televizní reklama

7. E-shop

- E-shop: Revoluce v nakupování
- Od katalogu k zážitku: Stručná historie e-shopu
- Co dělá e-shop úspěšný dnes?

8. Temu

- Temu nakupování za pár korun- zázrak nebo past?
- Co všechno o nás Temu ví?
- Temu pod drobnohledem
- Co s tím?

9. Black-rock

- Blackrock: Společnost vlastníci všechny finance světa

10. Kvíz

- Kvíz: Procvičte si svojí mozkovnu

ÚVOD

Vítejte v stostore

Baví vás historie a
nakupování. Tak to
jste tu správně!!!!

Koukneme se do
dalekého pravěku, ale
posvítíme si i na
moderní online
nákupy. Bude to velmi
dlouhá a trochu trnitá
cesta. Tak si držte
klobouky.

SMĚNNÝ OBCHOD

Směnný obchod: Svět ve, kterém nejsou peníze

Jinak také barterový obchod. Je možné, že barterový obchod je první forma obchodu. Ještě před vynálezem peněz.

Je to druh obchodu při kterém se zboží či služby mění za jiné zboží či služby. Barterový obchod může probíhat jednostranně nebo vícestranně. Jde o přímou směnu bez zapojení některého všeobecného prostředku směny (např. peněz, zlata). Nejčastěji funguje ve státech kde není peněžní systém. Nebo možnost při vysoké inflaci.



- Najít někoho kdo bude chtít moje zboží a já budu potřebovat jeho
- Kolik mých kusů za tvé
- Nadhodnocení barteru
- Neznalost účtování barteru



- Vstup na nové trhy
- Řešení kolapsu finančních trhů
- Ušetření nákladů

Dle mého názoru by tento druh obchodu mohl fungovat. Ale lidé by museli být ochotní mezi sebou komunikovat. A navíc by každý musel pracovat, aby bylo co směňovat. Což není moc reálné.

zdroje:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Sm%C4%9Bnn%C3%BD_obchod

STŘEDOVĚK

Středověké trhy: Místo kde pulzoval život

Středověké trhy byly klíčovým prvkem hospodářského a společenského života.

Konaly se pravidelně ve městech, ale i na venkově, sloužily k výměně zboží, setkávání lidí a hlavně k tomu nejdůležitějšímu a tím byly drby a novinky.

Míry: Když metr neexistoval

Ve středověku neexistoval jednotný systém, ale každý měl svůj.



Délkové míry:

- Palec
- Locket
- Míle

Objemové míry:

- Džber
- Sud

Hmotnostní míry:

- Libra
- Lot

Středověká móda: Co tehdy frčelo?

- Oblečení tvořilo hodně vrstev
- Používal se len, vlna a pro bohaté hedvábí
- Chudí nosili jednoduché barvy, zatímco šlechta měla jasné barvy- červená, modrá...
- Oblečení vyjadřovalo společenské postavení



zdroje:

<https://slusnafirma.cz/byznys-101/zaklady-korporace-objev-trziste-trznich-penez/>

HEDVÁBNÁ STEZKA

Hedvábná stezka: Centrála středověkého obchodu s orientálem

Hedvábná stezka je starověká a středověká stezka. Vedoucí z východní Asie. Hlavní trasa spojovala Čínské město Čchang-an s Malou Asií a Středoziemním mořem. Celkově měla 18 000 km. A název hedvábná stezka byl poprvé použit německým zeměpisářem Ferdinandem von Richthofenem v roce 1877.

Obchod po Hedvábné stezce byl velmi důležitý pro rozvoj starověkých civilizací. Jako jsou civilizace v Číně, Persii, Mezopotámii, Indii a v Římské říši. A pomohl založit základy moderního světa. Ještě před naším letopočtem byly mezi Evropou a Čínou diplomatické a obchodní styky. Problémy však činili výbojní Parthové. Římský císař Augustus s nimi dojednal dočasně mír. Díky tomu byly styky obnoveny. Velký příliv hedvábí způsoboval v římské ekonomice deficit. Naopak Parthové a později sasánovští Persané bohatli na clech. Po zániku Římské říše měli správu nad stezkou čínská dynastie Thang. Za ní došlo k rozvoji. Ve 13. století ovládali stezku Mongolové. Kterí přes pověsti o jejich agresivitě se k putujícím Evropanům chovali přívětivě. Nejspíš z důvodu zlata které zde hojně proudilo. S rozvojem zámořského obchodu stezka ubývala na významu.



zdroje:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Hedv%C3%A1bn%C3%A1_stezka

PLAVBY

Obchod: Hnací motor zámořských objevů

Plavby s obchodním motivem byly klíčovou součástí tvz. věku zámořských plaveb, který začal v 15. stol. a trval až do 17. Díky těmto plavbám byla například objevena i Amerika.

Mezi hlavní motivy patřili: Přímý přístup ke koření a hedvábí. Koření bylo v Evropě ceněnou komoditou. Evropští obchodníci se snažili obejít arabské a benátské obchodníky na hedvábné stezce. Zejména kvůli ekonomickým důvodům. Dost často se stávalo, že koření bylo po dlouhé cestě 100x dražší než v místě původu. Dalším důvodem byl vpád Osmanských Turků. Po jejich vpádu se přístup k orientálnímu obchodu ještě ztížil. Významný důvod hrála i bezpečnost obchodu přes moře. Určitou roli určitě hrála i rivalita mezi Evropskými mocnostmi viz. Anglie, Portugalsko, Španělsko a Nizozemsko. Dalším motivem byla touha po zlatu, třeba Španělé hledali El-dorado (bájně zlaté město). Důležitou součástí byl obchod s otroky. Dalším důvodem byla i strategická výhoda kolonií která navíc zajišťovala přísun zboží.

Co obchodní plavby ovlivnili

- | | | |
|--|---|------------------------------------|
| • Objevení Ameriky
-1592 | Dobytí Aztécké říše - 1521
Hernan Cortés. Dobył říši
Aztéků .Motivem bylo zlato,
kterého Aztékové hodně
vlastnili | • Obeblutí světa - 1519
až 1522 |
| Kryštof Kolumbus chtěl
doplout do Indie místo
do Indie doplul k
břehům Severní
Ameriky | Výprava Fernanda
Magellana obeplula svět
kolem dokola. Čímž se
jednou pro vždy
prokázala kulatost Země.
Taky hledal novou cestu
do Indie. | |

zdroje:

<https://chatgpt.com/c/67f15213-d170-800f-a729-d83f87b02c83>

NOVOVĚK

Otroctví v novověku: Temná stránka světového obchodu

Mezi 15. a 19. stoletím byly miliony Afričanů násilně odvedeni do Ameriky jako součást výnosného, ale krutého transatlantického obchodu s otroky. Evropané je kupovali od afrických vládců a převáželi přes Atlantik v nelidských podmínkách. Mnozí během cesty zemřeli.

V Americe byli otroci nuceni pracovat na plantážích s cukrovou třtinou, bavlnou a tabákem – bez práv, bez svobody, často vystaveni násilí. Zisk z jejich práce bohatě obohacoval evropské i americké hospodářství, zatímco otroci žili v utrpení.

Otroctví bylo postupně zrušeno v průběhu 19. století, ale jeho dědictví – rasismus, diskriminace a sociální nerovnosti – přetrvává dodnes.

Dle mého názoru bylo otroctví kruté a velice nespravedlivé. Nejvíce děsivé na tom je že, obchod s otroky byl tolerován, ale i systematicky organizován a hlavně vnímán jako součást hospodářství.



zdroje:

<https://chatgpt.com/c/67f0168b-a424-8006-bb0e-4157f88c79fe>

REKLAMA

Začátek reklamy: Od papíru k obrazovce

Reklama je dnes neoddělitelnou součástí našeho života – obklopuje nás na každém kroku. Ale kde to všechno vlastně začalo? První reklamy se objevily dávno před internetem i televizí – jejich historie sahá hluboko do minulosti.

První tištěná reklama

Úplně první tištěná reklama vznikla v Anglii v roce 1477. Vydal ji William Caxton, tiskař a vydavatel, který propagoval vydání modlitební knihy. Šlo o jednoduchý leták s textem, který informoval, kde je možné si knihu zakoupit. V tehdejší době to byla naprostá novinka – informace se šířily hlavně ústně nebo na nástěnkách, a tak měla tato forma reklamy velký dopad.

První televizní reklama

Televizní éra reklamy začala mnohem později. První oficiální televizní reklama byla odvysílána 1. července 1941 ve Spojených státech. Trvala jen 10 sekund a propagovala hodinky Bulova.

I když to dnes může znít až primitivně, tehdejší reklama znamenala obrovský krok kupředu. Otevřela dveře novému způsobu komunikace se zákazníky – vizuálnímu, působivému a masově šířenému.

Od letáček po televizní spoty – reklama se za staletí změnila, ale její cíl zůstal stejný: zaujmout a přesvědčit.

zdroje:

<https://www.flowee.cz/8602-historie-a-vyvoj-reklamy>

E-SHOP

E-shop: Revoluce v nakupování

Nakupování online je dnes běžnou součástí našich životů, ale málokdo si uvědomuje, jak krátkou a zároveň dynamickou historii e-shopy mají. Od prvních jednoduchých stránek po dnešní sofistikované systémy uplynulo jen několik desítek let — a změnilo se téměř vše.

Od katalogu k zážitku: Stručná historie e-shopů

První náznaky online obchodování sahají do 70. let, kdy si firmy mezi sebou vyměňovaly objednávky pomocí elektronických systémů (tzv. EDI). Za skutečný začátek e-commerce pro širokou veřejnost se ale považuje rok 1994, kdy byl uskutečněn první online nákup přes šifrované spojení — šlo o prodej CD skupiny Sting.

O rok později, v roce 1995, vzniká Amazon — zpočátku jako online knihkupectví. Ve stejném roce startuje i eBay, který přináší koncept aukčního prodeje. Tyto firmy se rychle staly synonymem pro internetové nakupování a inspirovaly vznik tisíců dalších e-shopů po celém světě.

V České republice se první internetové obchody objevují koncem 90. let.

Co dělá e-shop úspěšným dnes?

- Rychlost a pohodlí – jednoduchý nákupní proces a expresní doručení.
- Bezpečí – důvěryhodné platební brány a transparentní obchodní podmínky.
- Zákaznický servis – ochotu komunikovat a řešit problémy rychle a férově.

zdroje:

<https://www.shopsys.cz/maly-historicky-exkurz-za-prvnimi-e-shopy/>

TEMU

Temu: Nakupování za pár korun- zázrak nebo past?

Online obchod Temu je u nás čím dál populárnější. Láká na superlevné zboží, neustálé slevy a barevnou, lákavou aplikací. Málokdo ale tuší, že za nízkými cenami se může skrývat i vážné riziko pro naše soukromí.

Co všechno o nás Temu ví?

Bezpečnostní experti bijí na poplach. Aplikace Temu podle analýz sbírá až překvapivě velké množství dat - a to i takových, která vůbec nesouvisí s nakupováním.

Mezi údaje, které aplikace může získávat, patří například:

- Vaše jméno, adresa a telefonní číslo
 - GPS poloha, IP adresa a informace o vašem zařízení
 - Přístup k fotkám ve vašem telefonu
 - Informace o tom, co si prohlížíte a kde se pohybujete online
- To vše bez toho, abyste si toho při běžném používání všimli.

Temu pod drobnohledem

Na rizika upozornili nejen bezpečnostní analytici, ale i české úřady, včetně Národního úřadu pro kybernetickou a informační bezpečnost (NÚKIB).

Obavy vyvolává i fakt, že aplikace může sbírat data i bez výslovného souhlasu uživatele, a není zcela jasné, jak s nimi následně nakládá.

Co s tím?

Znamená to, že byste se měli Temu úplně vyhnout? Ne nutně. Ale rozhodně se vyplatí být obezřetní:

- Zkontrolujte oprávnění aplikace - neměla by mít přístup k fotkám, mikrofonu nebo GPS, pokud to není nezbytné.
- Nesdílejte víc, než musíte - vyplňujte jen ty údaje, které opravdu potřebujete k objednávce.

zdroje:

<https://www.hrot24.cz/clanek/nakupni-aplikace-temu-je-nebezpecnym-spywarem-shoduji-se-experti-HLaxn>

BLACK

-

ROCK

Blackrock: společnost vlastníci všechny finance světa

BlackRock je americká celosvětově operující investiční korporace a správce finančních fondů se sídlem v New Yorku. Byla založena v roce 1988 Robertem S. Capitem a Lawrence D. Finkem.

Vlastní spolu s Vanguard Group a State Street Global Advisors v podstatě všechny finance světa. Ale BlackRock je mezi nimi jednička. Vlastní 70 kanceláří v 30 zemích světa. V BlackRocku pracuje přes 16 000 zaměstnanců. Klienty má ve 100 zemích. Pro svoji velikost se jí přezdívá největší stínová banka světa (Stínová banka= nebankovní instituce, která nemá tak silné regulační pravidla jako banka) Mnoho velkých investorů používá software Aladdin od BlackRocku. Desítky centrálních bank, ministerstev financí a státní fondy si nechávají radit od expertů z BlackRocku. Díky své činnosti má BR přehled o citlivých úvěrových portfoliích jednotlivých bank, tzn. má k dispozici informace, jejichž znalosti jsou výhodou při investování. Trochu s nadsázkou můžeme říct, že v podstatě vše co vlastníme tak v tom má určitý podíl BlackRock.

Dle mého názoru: Za mě tohle není úplně dobrý stav. Když vlastně veškeré finance spravují 3 firmy, které navíc vlastní svoje podíly i mezi sebou. Stačí když v jedné se něco pokazí a vyvolalo by to obrovské celosvětové finanční problémy.

zdroje:

<https://cs.wikipedia.org/wiki/BlackRock>

KVÍZ

Kvíz: Procvičte si svoji mozkovnu

1. Jaké barvy frčeli ve středověku mezi šlechtou?

- a) fialová a zlatá
- b) zelená a oranžová
- c) modrá a červená

2. Jak dlouhá byla Hedvábná stezka?

- a) 18 000 km
- b) 8 000 km
- c) 80 000 km

3. Kdy byla dobyta Aztécká říše?

- a) 1521
- b) 1523
- c) 1522

4. Kde vznikla 1. reklama?

- a) ve Francii
- b) v Německu
- c) v Anglii



Pošlete nám správné odpovědi na stostore@casopis.cz. Pokud váš e-mail se správnými odpovědi přijde 10, 50, 100 a 150. Vyhraujete celoroční předplatné Stostore ZDARMA!!!!

V příštím čísle:

- 5 historických
omylů, kterým jsme
věřili
- Recepty z první
republiky
- Tajemství
středověkých cechů
A mnoho dalšího

Stostore

Šéfredaktor: Kristýna Zemanová

Redakce: Vanda Musilová

Grafika a sazba: Kristýna Zemanová, Vanda
Musilová

Jazyková korektura: Vanda Musilová

Kontakt: stostore@casopis.cz

