

# Nakupuji, nakupuješ, nakupujeme...

Zjistěte, jak online nakupování souvisí s udržitelností. Porovnejte vlastní zkušenosti s daty z průzkumů, prozkoumejte různé zdroje a články a společně navrhnete, jak nakupovat co nejudržitelněji.

**Délka:** 90 minut

**Předměty:** základy společenských věd, zbožížnalství, ekonomie

**Věk:** 1. a 2. ročník SŠ

**Typ:** lekce

**Vytvořeno:** 2025

**Autor/ka:** Markéta Hummllová

**Pomůcky:** počítač, dataprojektor, mobilní telefony/tablety s přístupem na internet, pracovní list pro každého žáka (příloha 1), úvodní anketa (příloha 2) k promítnutí či přichystaná v online aplikaci, zadání úkolů A–D do skupin (příloha 3), psací potřeby

**Vzdělávací cíle:**

- Žák uvede výhody a nevýhody nakupování na e-shopech.
- Žák vyjmenuje některé možnosti, jak učinit nakupování na e-shopech udržitelnější.
- Žák aktivně porovnává své zkušenosti s nakupováním s reálnými daty, spolupracuje při tvorbě výstupů a sdílí je s ostatními.

## Postup:

### 1. Kde nakupuji? (15 minut)

Rozdejte žákům pracovní listy (příloha 1) a lekci zahajte úvodní anketou „Kde nakupuji...“ (příloha 2). Otázky s možnostmi promítněte a nechte žáky vyplnit odpovědi do pracovního listu – úkol č. 1.

Vyhodnoťte výsledky za celou třídu a porovnejte je s výsledky průzkumu Asociace společenské odpovědnosti (A-CSR) z roku 2023, str. 5. Dostupné zde: [https://www.spolecenskaodpovednost.cz/wp-content/uploads/2023/06/lpsos-pro-A-CSR\\_E-commerce-a-udrizitelnost\\_Report\\_19052023-2.pdf](https://www.spolecenskaodpovednost.cz/wp-content/uploads/2023/06/lpsos-pro-A-CSR_E-commerce-a-udrizitelnost_Report_19052023-2.pdf)

Diskutujte tyto otázky:

- Co vás překvapilo?
- V čem jsou výsledky třídy stejné/jiné než výsledky průzkumu?
- Jaké mohou být důvody stejných/odlišných výsledků obou průzkumů?

Následně nechte žáky vyplnit úkol č. 2 v pracovním listu, ve kterém porovnají své osobní výsledky s průzkumem A-CSR.

Pozn.: Výsledky žáků mohou být zkreslené, protože řada e-shopů má ve smluvních podmínkách, že nakupovat tímto způsobem je možné až od 18 let, otázkou ale je, jak je to v praxi dodržováno.

**TIP:**

Využijte k anketě některou z online aplikací (Google Forms, Mentimeter aj.). Uvidíte rychle a jednoduše souhrnné odpovědi za celou třídu, můžete je promítnout a snadněji porovnat s průzkumem A-CSR. Jen je třeba si otázky do aplikace připravit před hodinou a zajistit, aby měl každý nějaké zařízení s připojením na internet (bude se to hodit i v další části lekce).

**2. Světlé a stinné stránky online nakupování (60 minut)**

Rozdělte třídu do skupin po čtyřech a každé skupině rozdejte jeden ze čtyř úkolů (A–D), viz příloha 3. V běžně velké třídě budou vždy dvě skupiny pracovat se stejným zadáním, pokud máte menší třídu, můžete vytvořit skupiny po třech.

Variety úkolů a témat:

- A.** výhody a nevýhody nakupování na e-shopech
- B.** průzkum e-shopů, na kterých nakupujeme
- C.** práce s článkem o ultrarychlé módě
- D.** práce s výsledky průzkumu Asociace společenské odpovědnosti

Dejte skupinám 20 min na vypracování úkolů, průběžně je obcházejte a buďte jim k dispozici, kdyby potřebovali poradit.

Následně nechte skupiny se stejným zadáním, aby se spojily, stručně si posdílily výsledky dosavadní práce a vytvořily shrnutí, které představí ostatním skupinám. Na tuto část jim dejte cca 10–15 min.

**TIP:**

**Dejte skupinám k dispozici velké papíry a fixy (či jiný tvůrčí materiál) a nechte je zpracovat výstupy do plakátu.**

Druhou půl hodinu věnujte prezentacím skupin (cca 5 min na jedno téma) a následným diskuzím.

Po odprezentování každého úkolu si žáci запиšou poznatky do svých pracovních listů.

Rozšiřující informace k tématu naleznete v Infoboxu níže.

**3. Reflexe (15 minut)**

Reflexi proveďte nejprve individuálně vyplněním dvou závěrečných otázek v pracovním listu. Následně můžete žáky nechat sdílet své odpovědi ve dvojicích. Na závěr udělejte kruh a nechte každého říct, co se v této lekci dozvěděl nového.

**TIP:**

**Možnou variantou reflexe je zpracovat zásady pro udržitelnější nakupování na e-shopech. Můžete žáky nechat navrhnout pár zásad ve skupinách, následně sepsat všechny zásady dohromady (např. na post-ity pro rychlejší manipulaci) a pak pomocí hlasování vybrat pět hlavních zásad.**

**Metodický komentář:**

V diskuzích po prezentaci jednotlivých úkolů se snažte dostat k tématu udržitelnosti a vztahu nakupování a ochrany klimatu. Zaměřujte se spíše na řešení a příklady, jak můžeme nakupovat udržitelněji, nedemonizujte nakupování a osobní spotřebu jako takovou ani se nesnažte tvrdit, že nakupováním na udržitelných e-shopech (či dokonce nenakupováním) zastavíme změnu klimatu. Pro to je potřeba velkých systémových změn na úrovni vlád, nadnárodních korporací a celé lidské společnosti. Zároveň ale i naše osobní rozhodnutí a činy mají smysl a každá akce k ochraně klimatu a udržitelnosti se počítá.

**Infobox:****Výhody a nevýhody nakupování na e-shopech**

Tabulka níže obsahuje možné srovnání nakupování na e-shopech a v kamenných prodejnách. Obecně se výhody nakupování v kamenných prodejnách překrývají s nevýhodami nakupování na e-shopech a obráceně. Výčet není vyčerpávající, jde jen o inspiraci.

|                                                                    | <b>kamenné prodejny</b>                                                                                                                                                                   | <b>e-shop</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>cena</b>                                                        | může být vyšší (vyšší náklady na provoz), menší možnost výběru z hlediska ceny                                                                                                            | může být nižší (nižší náklady na provoz), větší možnost výběru z hlediska ceny                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>dostupnost zboží</b>                                            | omezený výběr na skladě (v druzích, velikostech, kvalitě apod.)                                                                                                                           | pestrý a velký výběr zboží (možnost vybírat produkty i ze zahraničí)                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>časová náročnost</b>                                            | vyžaduje cestu do obchodu (hodně záleží na lokalitě, kde bydlíme)                                                                                                                         | můžeme vybírat z pohodlí domova                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>otevírací doba</b>                                              | omezená                                                                                                                                                                                   | neomezená                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>reklamace a vratky</b>                                          | osobní, jednodušší                                                                                                                                                                        | komplikovanější na vyřízení                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>rychlost získání produktu</b>                                   | okamžitě (v situaci, kdy je na skladě – viz dostupnost)                                                                                                                                   | musíme počkat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>možnost vyzkoušení</b>                                          | přímo v obchodě                                                                                                                                                                           | není                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>ekologické dopady (využitelné i při prezentaci skupiny B–D)</b> | nižší potřeba obalů, možnost místního prodeje a výroby, méně vráceného zboží, energetická náročnost provozu, emise z dopravy zákazníků, neefektivní skladování, odpad z neprodaného zboží | efektivnější distribuce, možnost udržitelného výběru (větší pestrost nabídky), digitální marketing místo tištěného, nižší provozní náklady (ale záleží na logistice), dopravní emise, velké množství obalů, vysoká „vratkovost“ zboží, spotřeba energie datových center, náklady na dopravu – pokud objednáváme zboží ze zahraničních obchodů, mohou být docela velké |

Pozn.: Některé kamenné prodejny, které mají i e-shop, mohou fungovat odlišným způsobem a některé výhody a nevýhody pro ně nemusí platit. Záleží také na typu kamenné prodejny, např. malé lokální obchůdky vs. velké supermarkety.

## Iniciativa Udržitelný e-shop

V českém online prostoru existuje iniciativa Udržitelný e-shop, která vznikla spoluprací společností Heureka, Visa, Komerční banka a Asociace společenské odpovědnosti. Každý e-shop zapojený do projektu musí projít sebehodnotícím dotazníkem, který sestavila Asociace společenské odpovědnosti. Následně e-shop získá zelené logo, které je poté viditelné při vyhledávání na stránce Heureka. Seznam udržitelných e-shopů zde: <https://www.udrzitelnyeshop.cz>

## Slow fashion alias pomalá móda

Opakem ultrafast fashion je slow fashion (pomalá móda). Seznam e-shopů s udržitelnou módou (slow fashion) je zpracovaný na tomto blogu. Nelze říci, zda je výčet úplný, ale pro potřeby lekce je dostatečně obsáhlý: <https://www.luciedolejsi.cz/uvod/e-shopy-se-slow-fashion/>

### Zdroje:

Asociace společenské odpovědnosti. *Aktuálně: Čechy zajímá udržitelnost e-shopů a opravitelnost výrobků, řeší i jejich uhlíkovou stopu* [online]. 9. 6. 2023 [cit. 1. 10. 2025]. Dostupné z: <https://www.spolecenskaodpovednost.cz/aktualne-cechy-zajima-udrzitelnost-e-shopu-a-opravitelnost-vyrobkuv-resi-i-jejich-uhlikovou-stopu/>

Ecoego. *Uhlíková třída výrobku/uhlíkový štítek* [online]. [cit. 1. 10. 2025]. Dostupné z: <https://www.ecoego.cz/uhlikova-trida-vyrobkuv-uhlikovy-stitek/>

Ipsos. *E-commerce a udržitelnost: závěrečná zpráva z výzkumu* [online]. 5.–11. května 2023 [cit. 1. 10. 2025]. Dostupné z: [https://www.spolecenskaodpovednost.cz/wp-content/uploads/2023/06/Ipsos-pro-A-CSR\\_E-commerce-a-udrzitelnost\\_Report\\_19052023-2.pdf](https://www.spolecenskaodpovednost.cz/wp-content/uploads/2023/06/Ipsos-pro-A-CSR_E-commerce-a-udrzitelnost_Report_19052023-2.pdf)

Kousalíková, Kristýna. *Vzestup a možný pád ultrarychlé (čínské) módy* [online]. Sedmá generace, 24. 10. 2024 [cit. 1. 10. 2025]. Dostupné z: <https://sedmagenerace.cz/vzestup-a-mozny-pad-ultrarychle-cinske-mody/>

Udržitelný e-shop [online]. [cit. 1. 10. 2025]. Dostupné z: <https://www.udrzitelnyeshop.cz>

### Přílohy:

**Příloha 1:** Pracovní list

**Příloha 2:** Úvodní anketa

**Příloha 3:** Zadání do skupin