

ZOPAKOVÁNÍ VÝVOJE ČESKÉHO OBCHODU



**SILESIA
UNIVERSITY**
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA



Ing. Lucie Vavrušková
Seminář č. 3
12. 10. 2023

CÍL SEMINÁŘE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Procvičení znalostí získaných na přednášce k problematice obchodu v období první republiky, CPE a v období transformace
2. Aplikace zásad T. Bati při návrhu vlastní prodejny
3. Procvičení komunikace, argumentace a práce v týmu



VÝVOJOVÁ OBDOBÍ ČESKÉHO OBCHODU



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

JAKÁ 3 VÝVOJOVÁ OBDOBÍ ČESKÉHO OBCHODU ZNÁTE?



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

OBDOBÍ PRVNÍ
REPUBLICKY



OBDOBÍ CENTRÁLNĚ
PLÁNOVANÉ
EKONOMIKY (CPE)



OBDOBÍ
TRANSFORMACE



PŘIŘAĎTE K PROBRANÝM OBDOBÍM KONKRÉTNÍ SPECIFIKACE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA

Kritéria	Období první republiky (1918 -1939)	Období CPE (1948-1989)	Období transformace (od 1989)
1) Ekonom. model NH	1) Jaký ekonomický model řízení byl typický pro tato období? a) Příkazová ekonomika b) Tržní ekonomika c) Transformace na tržní ekonomiku (sociálně tržní s pluralitními vlastnickými vztahy)		
2) Role státu	2) Jaká byla role státu u těchto období? a) Liberální přístup k rozvoji obchodu, od nekoordinovanosti k určité míře regulačních prvků b) Od relativního liberalismu k zesílenému intervencionismu dle fáze HC c) Silné centralistické řízení s dobovým uvolňováním díky reformním snahám		
3) Charakter trhu	3) Jaký byl charakter trhu: a) „Trh výrobce“ v podmínkách příkazové ekonomiky, bezkonkurenční prostředí b) Změna trhu výrobce na trh spotřebitele c) Trh výrobce, konkurenční prostředí		
4) Maloobchodní síť	4) Přiřaďte charakteristiku maloobchodní sítě: a) Roztříštěná velikostní struktura, pomalý růst středně velkých a velkých prodejen, převaha pultových prodejen, omezeně volný výběr, zásilkový obchod, výstavba obchodních domů b) Nedostatečná hustota MOS, pokles počtu prodejen, rozvoj samoobsluh, pomalá provozní koncentrace, nízký podíl velkokapacitních jednotek, OD, NS, pomalý rozvoj MO mimo prodejní plochy c) Nárůst počtu prodejních jednotek spojený s provozní a prostorovou koncentrací, nástup sítě SM, diskontů, HM, NC, rozvoj MO mimo prodejní plochy		
5) Srovnání se světem	5) Proveďte srovnání českého obchodu se zahraničím pro jednotlivá období: a) Postupující vyrovnávání rozdílů s vyspělými tržními ekonomikami b) Zastávání životních cyklů MOJ		

SPRÁVNÉ ŘEŠENÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA

Kritéria	Období první republiky	Období CPE	Období transformace
1) Ekonom. model NH	b) Tržní ekonomika	a) Příkazová ekonomika	c) Transformace na tržní ekonomiku (sociálně tržní s pluralitními vlastnickými vztahy)
2) Role státu	b) Od relativního liberalismu k zesílenému intervencionismu dle fáze HC	c) Silné centralistické řízení s dobovým uvolňováním díky reformním snahám	a) Liberální přístup k rozvoji obchodu
3) Charakter trhu	c) Trh výrobce, konkurenční prostředí	a) „trh výrobce“ v podmínkách příkazové ekonomiky, bezkonkurenční prostředí	b) Změna trhu výrobce na trh spotřebitele
4) Maloobchodní síť	a) Roztříštěná velikostní struktura, pomalý růst středně velkých a velkých prodejen, převaha pultových prodejen, omezeně volný výběr, zásilkový obchod, výstavba obchodních domů	b) Nedostatečná hustota MOS, pokles počtu prodejen, rozvoj samoobsluh, pomalá provozní koncentrace, nízký podíl velkokapacitních jednotek, OD, NS, pomalý rozvoj MO mimo prodejní plochy	c) Nárůst počtu prodejních jednotek spojený s provozní a prostorovou koncentrací, nástup sítí SM, diskontů, HM, NC, rozvoj MO mimo prodejní plochy
5) Srovnání	b) Zaostávání životních cyklů MOJ	b) Zaostávání životních cyklů MOJ	a) Postupující vyrovnávání rozdílů s vyspělými tržními ekonomikami



Boutique

VÝVOJ SPOLEČNOSTI BAŤA

- do období první republiky (včetně)



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- 1894 - 1900** Baťa a několik pracovníků
- 1900 - 1910** Vznik samostatného prodejního oddělení
- 1910 - 1914** Velké obchodní úspěchy, zboží v celé Evropě
- 1914 - 1918** Válečné objednávky, omezení civilní výroby
- 1917** První vlastní prodejna
- 1918** **Nový rozmach**
- 1930** Vytvoření vlastní obchodní sítě
- 1930** Po velké hospodářské krizi – vznik prodejní skupiny



ÚSPĚCH DÍKY INOVACI

Po 1. světové válce vymyslel T. Baťa plán, jak se přizpůsobit poválečným ekonomickým potížím, a snížil ceny obuvi o 50 %. Dělníci souhlasili se snížením mezd o 40 % a Baťa jim na oplátku dodával jídlo, oblečení a další nezbytnosti za poloviční cenu. Tento odvážný krok se osvědčil a Baťovy obchody zaplavili zákazníci.

Baťa značně předběhl svou dobu vytvořením „samosprávných dílen a oddělení“, v nichž zaměstnanci mohli přispívat svými nápady a ovlivnit svůj vlastní výdělek úsilím o vyšší ziskovost oddělení. Byly založeny nové společnosti ve Francii, Rakousku, Rumunsku, Švédsku, Švýcarsku, Egyptě, Belgii, Finsku, Lucembursku, Maďarsku, Itálii, Indonésii, Singapuru a Indii.

První zahraniční výrobní závody byly vybudovány ve švýcarském Möhlinu a v indické Kalkatě. Závody a okolní vesnice byly často stavěny podle zlínského modelu. Pod vedením mladého Tomáše J. Bati a dalších vznikla řada zahraničních obchodních organizací a dalších výrobních závodů, v průměru nejméně dva ročně, což trvalo až do 60. let.

VYBRANÉ NADČASOVÉ ZÁSADY TOMÁŠE BATI

„Náš zákazník – náš pán“

„Den má 86 400 sekund“

„Kdo cesty krátí, život prodlužuje“

„Účastí na zisku chceme povznést dělnictvo jak hmotně, tak i mravně. Dělník má rozumět našemu obchodu, má s ním cítit a s ním růst. Přejeme si učinit ze všech našich dělníků kapitálové účastníky našeho závodu.“

„Nejlepší jakost, nejnižší ceny“

„Lidem myšlení, strojům dřinu“

DISKUZE K PŘÍPADOVÉ STUDII – týmová práce



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Předpokládaná časová náročnost:

- Zpracování: 20 minut
- Diskuze: 10 minut

Za případovou studii
můžete získat **1 bod.**

1. Jaké vybrané **zásady** T. Bati jste na Vaši novou prodejnu aplikovali?
2. Popište **kroky aplikace** těchto zásad do praxe Vaší prodejny.
3. Jaké **nástroje a procesy** jste zvolili pro implementaci vybraných zásad?
4. Jakým **způsobem** budete dbát na dodržování těchto zásad?
5. Jaký **rozpočet** budete na své návrhy potřebovat?

Na základě vypracování případové studie rozhodněte, jestli se jedná opravdu o nadčasové zásady, které mohou manažeři použít v rámci řízení maloobchodu, či velkoobchodu.



„Co chceš,
můžeš.“

Tomáš Bata



Děkuji za pozornost



Použité zdroje a literatura:

Webový portál společnosti Baťa [online] [vid. 8. března 2021].

Dostupné z <https://www.bata.cz/stranka/historie>
