

# OBDOBÍ PRVNÍ REPUBLIKY 1918 - 1939



SILESIA  
UNIVERSITY

SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA



**Ing. Radka Bauerová, Ph.D.**

Seminář č. 3

9. a 11. 3. 2020

# CÍL SEMINÁŘE

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

1. Definování si období první republiky na základě nalezených charakteristik
2. Procvičení znalostí získaných na přednášce k problematice obchodu v období 1. republiky
3. Aplikace zásad T. Bati při návrhu vlastní prodejny
4. Procvičení komunikace, argumentace a práce v týmu



**Úkol z minula:** vyhledejte 2 věci, které jsou pro období první republiky z pohledu obchodu charakteristické (produkty, konkrétní obchodníci, ceny produktů, velikost a typ prodejen, další specifika)



# PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY

## – rychlý test: 5 – 10 minut

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



# PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA

**1) Maloobchod za první republiky byl nestejně rozvinutý. Které 3 oblasti patřily k územním oblastem s nejvyšší mírou rozvinutosti maloobchodní sítě?**

- a) Praha, Brněnsko, Liberecko-jablonecká oblast
- b) pražská, brněnská a ostravská
- c) Praha, severočeská, Liberecko-jablonecká oblast
- d) pražská, brněnská a plzeňská

**2) Jaký ekonomický model řízení byl typický pro první republiku?**

- a) Příkazová ekonomika
- b) Transformace na tržní ekonomiku (sociálně tržní s pluralitními vlastnickými vztahy)
- c) Tržní ekonomika



**3) Vysvětlete jaká byla role státu při řízení obchodu v období první republiky?**

**4) Jaká byla velikostní struktura maloobchodní sítě a formy prodeje v období první republiky?**

a) nedostatečná hustota MOS, pokles počtu prodejen, rozvoj samoobsluh, pomalá provozní koncentrace, nízký podíl velkokapacitních jednotek, OD, NS, pomalý rozvoj MO mimo prodejní plochy

b) rozříštěná velikostní struktura, pomalý růst středně velkých a velkých prodejen, převaha pultových prodejen, omezeně volný výběr, zásilkový obchod, výstavba obchodních domů

c) nárůst počtu prodejních jednotek spojený s provozní a prostorovou koncentrací, nástup sítí SM, diskontů, HM, NC, rozvoj MO mimo prodejní plochy

**5) Jaké srovnání MOS se světem odpovídá období první republiky?**

a) Postupující vyrovnávání rozdílů s vyspělými tržními ekonomikami

b) Zaostávání životních cyklů MOJ



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



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA

*„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“*

(Detailní specifikace součástí tištěného zadání)

# DISKUZE K PŘÍPADOVÉ STUDII



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

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 Baťa

# ÚKOLY NA PŘÍŠTÍ SEMINÁŘ



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Na příští seminář vypracujte samostatně úkol (Samostatný DÚ\_3), při kterém si zopakujete hlavní poznatky k probranému vývoji českého obchodu.
- Za zpracování úkolu č. 3 můžete získat **1 bod**, dle kvality zpracování.
- Termín odevzdání: **16. 3.** (úterní seminář) **do 16:00** a **18. 3.** (čtvrteční semináře) **do 10:00**

1. Vypracujte schéma pro komplexní zopakování hlavních poznatků k probraným obdobím vývoje obchodu na českém území.
2. Z přednášky si zopakujte problematiku obchodu v období první republiky, CPE a v období transformace (ekonomický model řízení, role státu, velikostní struktura, srovnání MOS se světem).



Soubor s domácím úkolem je dostupný v IS ve složce **Materiály na další seminář** 😊



# Děkuji za pozornost



## Použité zdroje a literatura:

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

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

