

# Obchod v první republice

Vývoj a typy  
obchodního podnikání



# Obsah přednášky

- Typické rysy obchodního podnikání v meziválečném Československu
- Obchodní síť v Československu
- Významné obchodní podniky v první republice

# Typické rysy obchodu v době první republiky

- Na konci 20. let bylo v obchodě zaměstnáno více než 300 000 osob (tj. 5,7% ekonomicky aktivních obyvatel).
- V jeho rámci převažovaly malé podniky. Podle sortimentu zboží převažovaly obchody potravinářské.

# Formy obchodního podnikání

- **Velkoobchod** - zprostředkoval prodej zboží od výrobců do prodejen
- **Maloobchod** - prodával zboží přímo zákazníkům
- Velkoobchodní a maloobchodní činnost nebyla v ČR většinou jasně oddělena

# Základní druhy obchodních podniků

- Obchody vyčleněné nebo založené výrobními podniky
- Samostatně provozované podnikatelské subjekty, nakupující zboží od různých výrobců

# Nové trendy v obchodním podnikání ve 20. století



- Už za I. světové války se v USA objevily první samoobsluhy
- V roce 1930 zde byl otevřen první supermarket
- V první republice naopak převažoval stále klasický pultový prodej

# Obchodní síť v ČSR

- Kritériem rozvinutosti tzv. **obslužný standard** (udává počet obyvatel na jednoho pracovníka v obchodě)
- V r. 1930 v českých zemích obslužný standard 31,5 obyvatel na jednoho pracovníka v obchodě. Na Slovensku obslužný standard v té době 62,9 osob

## Oblasti s nejrozvinutější obchodní sítí

- **Pražská oblast:** obslužný standard - 17,9 :1, široká nabídka zboží v Praze, vysoká průmyslová úroveň, přítomnost solventních vrstev
- Mezi další regiony s rozvinutou obchodní sítí patřily oblasti **Liberecko-jablonecká** a **Brněnská**



# Obchod na Slovensku

- V roce 1930 zde v obchodě zaměstnáno 3,32 % ekonomicky aktivních obyvatel
- V žádném z obchodů nepracovalo více než 100 zaměstnanců
- Příčinami nízké rozvinutosti obchodu byly: nedostatečná úroveň výroby, omezená nabídka pro trh a omezená výrobní spotřeba

# Obchodní domy v první republice

- Vznikaly jen v omezeném počtu
- Mohly nabízet nižší ceny (např. díky vlastním skladům, slevám od dodavatelů či díky přímým dodávkám od výrobců)
- Klady větší důraz na reklamu

# Brouk a Babka



- První univerzální obchodní domy v českých zemích
- Měly pobočky v českých zemích i na Slovensku
- Nabízely řadu novinek (samoobslužná oddělení, zásilková služba apod.)

# Obchodní dům Breda-Weinstein – Opava



- V roce 1898 založili Max Breda a David Weinstein v Opavě obchod se střížním a pleteným zbožím
- V letech 1928-1929 firma postavila moderní obchodní dům

# Obchodní domy ASO (Ander a syn – Olomouc)

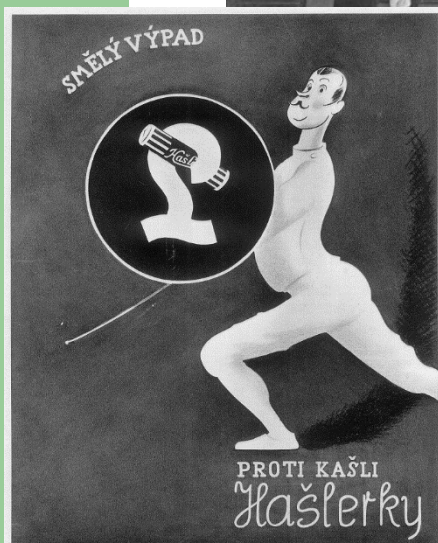


- Firma provozující obchodní domy
- Na jejím počátku byl obchod s galanterií a hračkami (založený v roce 1906)

# Meziválečný rozvoj reklamy



- Podniky využívaly nová reklamní média (např. filmy)



FR. LHOTSKÝ, továrna na speciální cukrovinky PRAHA XIV.



- Reklama byla regulována zákonem o nekalé soutěži z roku 1927

# Pohostinské živnosti a hotelnictví

Na fungování tohoto sektoru výrazněji působila státní regulace (např. udělováním koncesí pohostinstvím, kontrolou cen nebo úrovně ubytovacích služeb apod.)

Podle sčítání z roku 1930 se v ČSR nacházelo 57 000 hotelů, restaurací, hostinců, kaváren, jídelen atd., kde 154 000 osob.

# Shrnutí

- V první republice naopak **převažoval** stále klasický pultový prodej
- Kritériem rozvinutosti tzv. **obslužný standard** – z hlediska rozvinutosti obchodní sítě ČSR jako celek zaostávala z vyspělými státy
- Od 20. let se začaly rozvíjet také **obchodní domy** (např. Brouk a Babka)