



## **22 EXPORT VÝROBKOV DO ZAHRANIČIA**

**Každý obchodník je dobyvateľom, avšak tým najušľachtilejším dobyvateľom, pretože bojuje o možnosť slúžiť ľuďom. Usilovní obchodníci budujú blahobyť a zámožnosť všetkých. Tomáš Baťa.**

Vnútrotrh Československa bol malý a nedokázal absorbovať vysokú ponuku Baťových výrobkov. Aby sa podnik mohol rozvíjať, musel predávať topánky aj v zahraničí. Vývoz bol nevyhnutnosťou, pretože zdroje surovín potrebných na výrobu ležali za hranicami vlasti. Devízy na ich nákup sa dali zohnať len predajom na tých trhoch, ktoré tieto suroviny ponúkali. Za predanú obuv nakupoval všetko potrebné.

Baťa chápal vývoz lacných topánok ako službu zákazníkom a výzvu pre domácich producentov, aby sa dokázali presadiť kvalitou a cenou svojich výrobkov. Konkurenciu vždy považoval za dôležitú a snažil sa ju poraziť. V obchode sa riadil heslom: „Zvíťazí silnejší“. V zahraničí budoval predajne, čím sa znížila cena o províziu pre predávajúceho. V 30-tych rokoch bolo Československo najväčším svetovým vývozcom obuvi, ktorá bola cenným zdrojom devíz aj pre republiku.

Cenová politika a bezkonkurenčné služby zákazníkom boli základom Baťovho úspechu nielen doma, ale aj v zahraničí. Nízku cenu ovplyvňovali hlavne nízke výrobné náklady, ktoré s rastom produkcie stále klesali. Obrovské množstvá vyrobenej obuvi a vyspelá technológia výroby umožňovala Baťovi predávať za tak nízke ceny, že si kúpu topánok mohli dovoliť aj najchudobnejší. Na predajných úspechoch v zahraničí mali veľkú zásluhu aj predajcovia vyberaní spomedzi najšikovnejších absolventov Baťových škôl.

### **10 zásad dobrého predajcu v zahraničí:**

- Musel sa naučiť odborne predávať obuv a drobný tovar.
- Musel si dokonalou službou vybudovať okruh spokojných zákazníkov.
- Musel sa naučiť dokonale ošetrovať nohy.
- Musel sa naučiť opravovať obuv a pančuchy.
- Musel vedieť aranžovať výklady.
- Musel dokonale zásobovať predajňu.
- Musel vedieť účtovníctvo predajne.
- Musel vedieť samostatne nájsť priestor a zriadiť tam predajňu.
- Musel vedieť nájsť a získať spoľahlivých spolupracovníkov.
- Musel vedieť vybaviť korešpondenciu.

Riadenie exportnej činnosti a predaja bolo organizované podľa plánov. **Plán exportu** vychádzal zo skutočností predchádzajúceho roku, pričom každý rok bol určený nárast, stanovený náročne, ale reálne.

Plán exportu mal **tovarovú a finančnú časť**. Tovarová časť obsahovala rozpis všetkých druhov tovaru. Rozpis bol členený do týždňov a slúžil výrobe k týždennému plánovaniu. Plán bol ďalej delený podľa oblastí, skupín a rajónov. Plán predaja tovaru bol založený na kolekcii

vzoriek. **Plán predaja** bol predaný výrobe, potvrdený a stal sa pevným vodítkom týždennej výroby a tiež odvádzania tovaru na sklad pre expedíciu.

V náväznosti na **tovarový plán bol vypracovaný finančný plán**, v ktorom sa vychádzalo z očakávaného obratu tržieb a proti tomu boli postavené očakávané náklady. Na základe **tržieb a nákladov sa vypočítal predpokladaný zisk rajónu, oblasti a celého exportu**.

Každý predpoklad musel byť doložený **pracovným plánom**, v ktorom bolo uvedené, akými prostriedkami chce plánovacia jednotka obrat a zisk docieľiť. Bol to **plán akcií**, ktorý bol závažným akčným programom.

Pracovníci exportu boli v priamom kontakte so svojimi odberateľmi a zákazníkmi v cudzine. Pri predaji cez vlastné predajne bol tento styk pravidelný formou **týždenných výkazov predajni**. Išlo o celosvetový ojedinelý spôsob riadenia predaja. Informácie boli aktuálne. Výkaz predajne slúžil ako jediný prostriedok, ktorým vedúci predajne povedal všetko, čo bolo treba povedať o každom druhu obuvi, návrhoch, požiadavkách a to všetko v príslušnom riadku výkazu. **Výkaz predajne hovoril za všetko a každý musel vedieť v ňom čítať**.

Vývoz bol v 20-tych rokoch orientovaný na Európu a USA. Vývozné ceny Baťových topánok boli kalkulované hlboko pod ceny, za ktoré predávali zahraniční konkurenti. Baťa držal nízku cenu obuvi vďaka nízkym nákladom. Krajiny sa bránili ochranárskou politikou a preto Baťa musel hľadať nové odbytové miesta v exotických ázijských krajinách. Ťažisko exportu sa presúvalo do Afriky a Ázie. Objem obchodov urobil z Baťových závodov producenta obuvi s celosvetovým významom.